

**PERSEPSI ANGGOTA KPID JAWA TENGAH
TENTANG DAKWAHTAINMENT DI TELEVISI
(STUDI PROGRAM *ISLAM ITU INDAH* DI TRANS TV)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Oleh:

Ana Widiyawati

131211069

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2018

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada.

Yth. Bapak Dekan Fakultas

Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Ana Widiyawati

NIM : 131211069

Fak./Jur. : Dakwah dan Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Persepsi Anggota Kpid Jawa Tengah Tentang Dakwahainment di Televisi

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

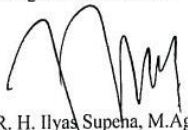
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang,.....

Pembimbing,

Bidang Metodologi & Tata tulis

Bidang Substansi Materi



DR. H. Ilyas Supena, M.Ag

NIP. 19720410 200112 1 003

Tanggal :.....



Nilnan Ni'mah, M.S.I

NIP. 19800202 200901 2 003

Tanggal :.....

SKRIPSI

PERSEPSI ANGGOTA KPID JAWA TENGAH TENTANG DAKWAHTAINMENT DI
TELEVISI
(STUDI PROGRAM ACARA ISLAM ITU INDAH DI TRANS TV)

Disusun oleh:

Ana Widiyawati
(131211069)

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 5 desember 2017 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana sosial (S.Sos)

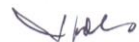
Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I


H. M. Alifandi, M.Ag

NIP. 19710830199703 1 003

Sekretaris/Penguji II


Dr. Hj. Siti Sholikhati, M.A

NIP. 19631017199103 2 001

Penguji III


Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag

NIP. 19660508 199101 2 001


Penguji IV


Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag

NIP. 19690501 199403 1 001

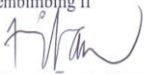
Mengetahui

Pembimbing I


DR. H. Ilyas Supena, M.Ag

NIP. 19720410 200112 1 003

Pembimbing II


Nilnan Ni'mah, M.S.I


NIP. 19800202 200901 2 003

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

tanggal 27 Desember 2017




Waludin Pimay, Lc. M.Ag

NIP. 19610727 200003 1 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 25 Oktober 2017



Ana Widiyawati

NIM: 131211069

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan pada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Rasulullah SAW, para kerabat, sahabatnya dan para pengikutnya hingga akhir nanti. Skripsi yang berjudul “Persepsi Anggota KPID Jawa Tengah Tentang *Dakwahtainment* di Televisi” ini, disusun guna melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Dengan selesainya penulisan Skripsi ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Awaludin Pimay, Lc, M.Ag selaku Dekan fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. DR. Ilyas Supena, M.Ag dan Nilnan Ni'mah, M.S.I selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dengan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap Dosen dan asisten dosen serta Civitas Akademika Fakultas Dakwah UIN Walisongo yang telah member ilmunya baik langsung maupun tidak langsung demi terselesainya penulisan Skripsi ini.

5. KPID Jawa Tengah terutama anggota KPID Bapak Asep Cuwanto, S.Pd.I., M.Pd., Bapak Muhammad Rofiudin, M.Ikom., Ibu Tazkiyyatul Mutmainah, SKM, dan Ibu Dini Inayati, ST yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara dan menyediakan beberapa data yang diperlukan dalam penelitian ini serta Bapak Qutfi Muarif yang telah membantu suksesnya penelitian ini.
6. Ibu Tati Aminah, Bapak Ciptadi, Adik perempuan saya Rizka Nurdiatin serta Adik bungsu Dzakii Abdillah tercinta yang telah memberikan semangat dalam perjuangan hidupku, dan selalu setia menemaniku dalam kondisi apapun.
7. Sahabat terbaikku Ana Khoirunnisak, Susilowati, Nahna Nailussa'adah, Martabatul aliyah dan Maya Ratnasari serta sahabat-sahabatku KPI-B angkatan 2013 semoga selalu semangat untuk segera lulus kuliahnya, semangat untuk kalian semua!!!
8. Kawan-kawanku kelas Televisi tahun 2013 Semangat Skripsinya!!!
9. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada mereka semua penulis tidak dapat memberikan apa-apa selain untaian rasa terima kasih yang tulus dengan diiringi do'a semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan mereka. Amin.

Pada akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan dalam arti yang sebenarnya, namun

penulis berharap semoga skripsi ini dapat membawa berkah dan manfaat terutama bagi penulis sendiri dan bagi para pembaca pada umumnya.

Semarang, 25 Oktober 2017

Penulis,

Ana Widiyawati

131211069

PERSEMBAHAN

Untaian kata takkan mampu melukiskan kebahagiaan atas segala rahmat, hidayah serta karunia-Mu, hingga tersusun sebuah karya sederhana ini. Dengan kerendahan hati, karya ini kupersembahkan kepada :

1. Orang tuaku Bapak Ciptadi dan Ibu Tati Aminah tecinta yang tak pernah letih menguatkan ku dalam setiap cobaan hidup, serta doa restumu yang melancarkan terselesaikannya skripsi ini.
2. Adikku Rizka Nurdiatin dan Dzakii Abdillah yang senantiasa memberikan semangat dan doanya.
3. Para sahabat tercinta keluarga KPI-B 2013 yang mengajarkanku arti sebuah kebersamaan dan kekeluargaan selama empat tahun ini.

MOTTO

If you think you can do a thing or think you can't do a thing, you're right.

Henry Ford

ABSTRAK

ANA WIDIYAWATI. 2017 Persepsi Anggota KPID Jawa Tengah tentang *Dakwahtainment* Di Televisi. Pembimbing skripsi: Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag dan Nilnan Ni'mah, M. S. I.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana persepsi anggota KPID Jawa Tengah tentang *Dakwahtainment* di Televisi, yang terdapat dalam program *Islam itu Indah* di Trans Tv.

Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif, penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode analisis deskriptif dalam analisis data. Data yang dibutuhkan berupa data primer seperti wawancara langsung atau tidak langsung dengan anggota KPID Jawa Tengah, serta data sekunder berupa data pendukung seperti observasi, dokumentasi, serta *flowchart* penindakan pelanggaran isi siaran.

Ketika penelitian, peneliti melakukan penelitian selama tiga bulan dimana peneliti kesulitan menemui anggota KPID Jawa Tengah karena kesibukan anggota. Selain itu diawal penelitian peneliti hanya dapat menemui empat anggota KPID Jawa Tengah kemudian ketiga anggota dapat diwawancarai dengan solusi dimana ada pihak ketiga yang menyampaikan pesan mereka. Pihak ketiga yang dimaksudkan yakni asisten anggota KPID Jawa Tengah. Proses penelitian dilakukan dengan pertemuan secara langsung, e-mail, serta chat pribadi dengan anggota KPID Jawa Tengah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *dakwahtainment* di televisi (studi program *Islam itu Indah* di Trans Tv) bahwa program tersebut merupakan program *dakwahtainment* yang sudah baik, dengan metode ceramah yang dikolaborasikan dengan jalannya acara dengan menghadirkan bintang tamu sebagai mad'u yang mengikuti jalannya acara.

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan informasi dan masukan bagi masyarakat agar dapat memilih tayangan televisi yang benar-benar memiliki manfaat bukan hanya hiburan.

Keyword : Persepsi, *dakwahtainment*, *Islam itu Indah*, Anggota KPID Jawa Tengah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Telaah Pustaka	7
F. Metodologi Penelitian	12
1. Jenis dan pendekatan penelitian	12
2. Definisi konseptual	12
3. Sumber dan jenis data	14
4. Teknik pengumpulan data	15

5. Teknik analisis data	17
G. Sistematika Penulisan	20

BAB II : PERSEPSI, TELEVISI, DAKWAH DAN DAKWAHTAINMENT

A. Persepsi	22
1. Pengertian persepsi	22
2. Faktor-faktor yang berpengaruh pada persepsi.....	22
3. Proses terjadinya persepsi	25
B. Televisi	28
1. Sejarah televisi	28
2. Karakteristik televisi	33
3. Relasi antara KPID dan Televisi Penyiaran.....	35
C. Dakwah	38
1. Pengertian dakwah	38
2. Hukum dasar dakwah	40
3. Unsur-unsur dakwah	41
4. Metode dakwah melalui televisi	46
5. Kekurangan dan kelebihan televisi sebagai media dakwah	48
D. Dakwahtainment	51
1. Pengertian dakwahtainment	51
2. Program dakwahtainment	51
3. Metode dakwahtainment di televisi	55

4. Problematika dakwahtainment	56
--------------------------------------	----

BAB III PERSEPSI ANGGOTA KPID JAWA TENGAH TENTANG DAKWAHTAINMENT DI TELEVISI

A. Profil Anggota KPID	59
1. Budi Setyo Purnomo	59
2. Asep Cuwantoro	60
3. Setiawan Hendra Kelana.....	60
4. Tazkiyyatul Muthmainah.....	61
5. Dini Inayati	62
6. Muhammad Rofiudin.....	63
7. Sonakha Yuda Laksana.....	64
B. Dakwahtainment Metode Ceramah	64
1. Islam Itu Indah	64
C. Persepsi Anggota KPID Tentang Dakwahtainment Di Televisi	65
1. Persepsi Budi Setio Purnomo, S.Sos. M.Ikom.....	65
a. Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv.....	65
b. Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	66
c. Penilaian anggota KPID Jawa Tengah <i>dakwahtainment</i> dalam program acara	

	<i>Islam itu Indah</i> di TransTv	65
2.	Persepsi Setiawan Hendra Kelana, S.Kom	67
a.	Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	67
b.	Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	67
c.	Penilaian anggota KPID Jawa Tengah <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	68
3.	Persepsi Asep Cuwantoro, S.Pd.I, M.Pd.	69
a.	Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	69
b.	Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	69
c.	Penilaian anggota KPID Jawa Tengah <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	70
4.	Persepsi Tazkiyyatul Muthmainnah, SK	72
a.	Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	72

b.	Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	73
c.	Penilaian anggota KPID Jawa Tengah <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	76
5.	Persepsi Dini Inayati, ST	76
a.	Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	76
b.	Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	77
c.	Penilaian anggota KPID Jawa Tengah <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	78
6.	Persepsi Muhammad Rofiudin,M.Ikom	79
a.	Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	79
b.	Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	79
c.	Penilaian anggota KPID Jawa Tengah <i>dakwahtainment</i> dalam program acara	

<i>Islam itu Indah</i> di TransTv	84
7. Persepsi Sonakha Yuda Laksana, SE.....	84
a. Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	84
b. Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	85
c. Penilaian anggota KPID Jawa Tengah <i>dakwahtainment</i> dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> di TransTv	86

BAB IV ANALISIS PERSEPSI ANGGOTA KPID JAWA TENGAH TENTANG DAKWAHTAINMENT DI TELEVISI

A. Program <i>Islam itu Indah</i> menurut anggota KPID Jawa Tengah.....	91
B. Da'i dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> menurut anggota KPID Jawa Tengah.....	94
C. Metode dakwah program acara <i>Islam itu Indah</i> menurut anggota KPID Jawa Tengah.....	96
D. Pesan dakwah dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> menurut anggota KPID Jawa Tengah.....	98

ANALISIS

A. Analisis Program <i>Islam itu Indah</i> menurut anggota KPID Jawa Tengah.....	100
---	-----

B. Analisis Da'i dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> menurut anggota KPID Jawa Tengah.....	100
C. Analisis Metode dakwah program acara <i>Islam itu Indah</i> menurut anggota KPID Jawa Tengah.....	102
D. Analisis Pesan dakwah dalam program acara <i>Islam itu Indah</i> menurut anggota KPID Jawa Tengah.....	103

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	105
B. Saran	105
C. Penutup	106

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara dengan anggota KPID

Lampiran 2. Wawancara dengan asisten anggota KPID

Lampiran 3. Flowchart

Lampiran 4. Foto Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwahtainment merupakan konsep yang memadukan antara dakwah dan entertainment, sehingga menghasilkan unsur yang menghibur yang tidak akan pernah bisa terpisahkan (Makassar. Tribunnnews.com, 06.00, 17/05/2017). Idy Muzayyad, wakil ketua Komisi Penyiaran Indonesia (2013-2016), mengatakan *dakwahtainment* di televisi saat ini lebih banyak memasukkan unsur komedi, bukan unsur agama, mengakibatkan biasanya program *dakwahtainment* (ugm.ac.id, 07.42, diakses pada tanggal 17 Mei 2017).

Dalam penerapannya, gagasan *dakwahtainment* dipandu oleh suatu prinsip yang ketat yang digunakan oleh para eksekutif media, produser dan time kreatif, yang menerapkannya dalam kerangka menyajikan tuntunan dan tontonan (Sofjan, 2013: 59). Dibalik layar, program-program demikian diamati secara ketat dan langsung, biasanya oleh para produser dan tim kreatif, yang mengikuti suatu logika tertentu berdasarkan segmen pasar pemirsa. Mereka mengklaim memenuhi permintaan mayoritas penonton Muslim Indonesia yang dianggap lebih menyukai kombinasi keduanya daripada cuma menerima tuntunan tanpa tontonan.

Berdasarkan klaim tersebut membuat *Dakwahtainment* secara eksplisit menjadi kekurangan substansi dan lemah dari segi materi

agama dan nilai-nilai normatif. Banyak program *dakwahtainment*, tapi sebagian besar membahas isu-isu sepele, tak relevan dan tak berkaitan, sambil menggunakan metode-metode peyampaian pesan agama yang terlalu disederhanakan. Terlebih lagi, pesan-pesan itu sering berulang-ulang dan menjemukan (Sofjan, 60:2013). Kekurangan *dakwahtainment* terlihat jelas ketika acara ditayangkan secara live, sehingga tidak ada proses editing. Sofjan mengatakan dalam bukunya *Agama & Televisi di Indonesia: Etika Seputar Dakwahtainment* dalam tayangan *dakwahtainment* terdapat kalimat yang tidak layak untuk dikatakan seperti aib, fitnah dan ghibah. Banyak pertanyaan dan pembahasan yang muncul terkait perselingkuhan, poligami serta seksualitas. Dalam salah satu program acara dakwah yang tayang di Trans Tv, *Islam itu Indah*, Sabtu 15 Juli 2017, salah satu da'i yang mengisi acara yakni Ustadz Syam Nur berdakwah dan menyampaikan pesan dakwah yang mengundang banyak komentar tidak setuju dengan isi ceramah sang ustadz karena terkesan terlalu vulgar. Adapun yang diucapkan sang ustadz sebagai berikut:

“Minta maaf, karena inilah yang kita tahan-tahan di dunia. Inilah yang kita tahan di dunia dan kenikmatan terbesar yang diberikan Allah SWT disurga adalah pesta seks” Ustadz mengatakan di hadapan jamaah yang didominasi wanita.

Kemudian ceramah sang ustadz beredar di media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, terutama Youtube. Dan warganet yang tahu dengan tayangan tersebut mengungkapkan komentar seperti beberapa akun Youtube berikut:

Pemilik akun Dwi Caesarina Nanda Putri menulis komentar “astaghfirullah . . . ko gitu cara mengisi ceramahnya, alangkah baik dan sopan, kan ditonton semua umur. HmMMM”

Pemilik akun Kojino Mira menulis komentar, “anak2 suruh ceramah. lagi puber pengen gitu kali. tu dah unek2 dia pesta sex.”

Adanya kasus tersebut, menunjukkan bahwa semua yang tayang di televisi akan langsung menyebar dengan mudahnya di Internet. Baik berupa berita, informasi, gosip apapun yang tayang di televisi tidak dapat langsung menghilang karena akan tetap ada meskipun tayangan telah usai. Sehingga, proteksi tayangan di televisi harus diperketat lagi agar tidak ada kecelakaan acara *live* yang ditayangkan di televisi. Alasannya pun karena televisi ditonton oleh semua golongan, maka tayangan harus layak. Ketika tayangan di televisi sudah layak, maka tayangan yang tersebar di Internet pun juga tayangan yang layak.

Hubungannya dengan KPID, berdasarkan ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, maka KPID ditetapkan untuk memiliki tugas, kewajiban dan wewenang yang dalam pemahaman lebih lanjut dapat dikelompokkan ke dalam kegiatan-kegiatan, yakni 1) regulasi atau pengaturan, 2)

pengawasan dan pengembangan. Tugas dan kewajiban KPID terdapat dalam pasal 8 ayat 3 yakni:

1. Menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar dengan hak asasi manusia.
2. Ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran.
3. Ikut membangun iklim persaingan yang sehat antara lembaga penyiaran dan industri terkait.
4. Memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang.
5. Menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran.
6. Menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran (KPI, 2015: 10-11).

Berhubungan dengan tugas dan fungsi KPI dalam pengawasannya, ditekankan kembali jika sebelumnya tayangan harus layak maka setelah adanya KPI masyarakat harus dapat melihat tayangan televisi yang berbobot. Selain itu, ketika bertugas mereka dibantu oleh petugas pemantau sehingga anggota/komisioner KPID Jawa Tengah tidak langsung menonton semua tayangan televisi dan radio. Setelah apa yang mereka awasi dianggap pelanggaran maka dilakukan pencatatan laporan oleh kasubbag binwas (bimbingan dan pengawasan). Kemudian dilakukan pendalaman aduan dari laporan

kelompok masyarakat pemantau serta *crosscheck* arsip siaran. Laporan/ aduan/ pantauan pengawasan diberikan kepada komisioner disertai klip temuan dugaan pelanggaran. Yang paling penting disini yakni adanya kajian awal oleh komisioner sesuai bidang. Sudah ada regulasi dari KPI tentang P3 dan SPS namun dalam aplikasi masih dibutuhkan pertimbangan dari tenaga ahli dan komisioner. Pertimbangan atau kajian dilakukan dalam bentuk diskusi. Seperti dalam wawancara yang dilakukan peneliti dengan asisten KPID, Qutfi mengatakan bahwa setelah adanya pencatatan laporan aduan/pantauan/pengawasan oleh kasubbag Binwas, dilakukan pendalaman dugaan pelanggaran oleh tenaga ahli. Tenaga ahli berperan memberikan masukan dari sudut pandang ilmiah dan sosial kemudian dibuat dalam bentuk paper. Ketika komisioner melakukan kajian, mereka mendiskusikan dugaan pelanggaran termasuk rekomendasi dari tenaga ahli dengan sudut pandang hukum berlandaskan P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran). Argumen dari komisioner sangat penting untuk menetapkan kebijakan apa yang akan diputuskan. Apakah sudah sesuai dengan P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) atau belum (3 April 2017). Berhubungan dengan penjelasan Qutfi, terdapat argumen yang muncul antar komisioner sehingga ada kemungkinan besar terdapat perbedaan pendapat di antara mereka. Kemungkinan perbedaan persepsi setiap anggota

komisioner inilah yang menentukan keputusan kebijakan di dasarkan P3 dan SPS.

Adapun salah satu program yang berunsur *dakwahtainment* yakni program *Islam itu indah* dimana program tersebut di setting sebagaimana yang terlihat, penonton yang berada di studio tampil dengan dandanan rapi serta mendatangkan bintang tamu yakni artis sebagai salah satu audien yang kemudian sedikit ditanya-tanya yang berhubungan dengan materi dakwah.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian secara mendalam berkaitan dengan persepsi anggota KPID Jawa Tengah dalam membuat kebijakan pelanggaran yang berhubungan dengan *Dakwahtainment* di televisi (Studi Program *Islam itu Indah*). Hasil penelitian ini akan penulis sajikan dalam bentuk tulisan dengan judul “ Persepsi anggota KPID Jawa Tengah tentang *Dakwahtainment* di televisi (Studi program *Islam itu Indah* di Trans Tv)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti menuliskan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana persepsi anggota KPID Jawa Tengah tentang *Dakwahtainment* di Televisi, yang terdapat dalam program *Islam itu Indah* di Trans Tv?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi anggota KPID Jawa Tengah tentang *Dakwahtainment* di Televisi yang terdapat dalam program *Islam itu Indah* di Trans Tv.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian diharapkan dapat menambah khasanah dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran khususnya konsentrasi Televisi Dakwah.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) khususnya Jawa Tengah dalam melaksanakan tugasnya.

E. Telaah Pustaka

Berdasarkan penelitian sebelumnya, peneliti mengambil beberapa beberapa sumber sebagai acuan seperti skripsi, jurnal, dan artikel. Adapun peneliti mendapatkan beberapa acuan karangan skripsi terdahulu seperti:

1. Skripsi yang berjudul “Persepsi Masyarakat tentang Siaran Dakwah *Teletilawah* di TVRI (Studi kasus di Kelurahan Genuksari Kecamatan Genuk Kota Semarang)”. Skripsi tersebut milik Nadhifatun tahun 2011, Mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Universitas Islam Walisongo, Semarang. Adapun skripsi ini membahas mengenai bagaimana persepsi masyarakat mengenai program dakwah *teletilawah* yakni membaca Al-quran

melalui telepon interaktif. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui masyarakat kelurahan Genuksari Kecamatan Genuk Semarang yang menonton siaran dakwah *teletilawah* di TVRI. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dan hasil penelitian yang ditemukan adalah dakwah dengan media televisi cukup efisien sebab dapat dinikmati oleh seluruh manusia sebagai objek dakwah, membantu menambah khasanah, selain itu memiliki *feedback* antara objek dakwah dengan subjek dakwah. Meskipun sama-sama membahas tentang persepsi dari segi pembahasan masalah hingga metode sudah berbeda. Peneliti membahas mengenai bagaimana persepsi anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* sedangkan penelitian sebelumnya membahas tentang persepsi masyarakat tentang siaran dakwah *Teletilawah*. Metode yang akan digunakan oleh peneliti yakni metode kualitatif sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif.

2. Skripsi yang berjudul “ Persepsi Masyarakat Tentang Acara Infotainment Insert Di Transtv (Studi Kasus Di Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak)”. Skripsi tersebut milik Nuril Mustaqim tahun 2011, mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang. Adapun yang dipermasalahkan dalam penelitian tersebut yakni mengenai komentar *host* yang pedas dan penampilan *host* wanita yang

sexy. Ada kontroversi mengenai tayangan *infotainment* yang sempat menjadi hangat di masyarakat beberapa waktu terakhir. Sejumlah pihak, seperti organisasi-organisasi agama, menjustifikasi acara tersebut sebagai acara ghibah (menggunjing keturunan orang) yang seharusnya tidak dikonsumsi masyarakat. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif. Sedangkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak ditunjukkan dalam dua jenis persepsi yaitu persepsi positif dan negatif. Persepsi positif yang ada dalam diri warga Desa tersebut di pengaruhi oleh beberapa pemikiran mereka, yaitu bahwa program tayangan tersebut menarik dan menghibur. Sedangkan persepsi negatif karena acara *insert* terlalu berlebihan dan terlalu menambah-nambahi dalam pemberitaan maupun gaya bahasanya. Selain itu acar *insert* juga terlalu membuka aib selebritis. Meskipun sama-sama membahas persepsi dari segi masalah dan objek berbeda. Adapun masalah yang dimaksudkan oleh peneliti yakni persepsi anggota KPID Jawa Tengah mengenai *dakwahtainmet* di televisi sedangkan penelitian sebelumnya membahas mengenai persepsi masyarakat tentang acara *infotainment*. Objeknya pun berbeda penelitian sebelumnya membahas masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak sedangkan penelitian yang akan diteliti memiliki objek anggota KPID Jawa Tengah.

3. Hasil riset “Keterbukaan *Dakwahtainment* Sebagai Media Dakwah” oleh Nur Ahmad, di publikasi oleh *At-Tabsyir* volume 2, nomor 1, Januari-Juni tahun 2014. Jurnal tersebut membahas mengenai keterbukaan Indonesia dibidang media selama periode reformasi dan demokrasi, dengan berbagai argumen yang sebagian mengatakan hingga tahap kebablasan yang artinya terlalu bebas. Selain itu juga dibahas bagaimana bertaburnya program-program *dakwahtainment* yang pada hakekatnya menggabungkan antara “Tuntunan dan Tontonan”, sebagai landasan operasional mereka demi keuntungan melalui komodifikasi agama. Pemanfaatan teknologi dalam pemenuhan kebutuhan spiritual masyarakat Indonesia terus mengalami perkembangan akan eksistensinya sebagai konsekuensi modernisasi zaman. Yang membedakan jurnal tersebut dengan penelitian yang akan diteliti yakni, meskipun sama-sama membahas tentang *dakwahtainment* bedanya dengan yang akan peneliti teliti adalah peneliti membahas bagaimana persepsi anggota KPID mengenai *dakwahtainment* yang tayang di televisi. Sedangkan jurnal diatas membahas mengenai perkembangan *dakwahtainment* sebagai media dakwah.
4. Hasil riset “Dilema *Dakwahtainment*” oleh Fatma Laili dipublikasi oleh *At-Tabsyir* Volume 1, Nomor 1, Januari-Juni tahun 2013. Membahas tentang bagaimana pemanfaatan teknologi dalam pemenuhan kebutuhan spiritual masyarakat

Indonesia yang terus mengalami perkembangan akan eksistensinya sebagai konsekuensi modernisasi zaman. Namun sebuah hal yang dilematis dari program *dakwahtainment* ini kerap mengundang persepsi masyarakat yang tanpa disadari mengkerdikan nilai-nilai agama islam. Model dakwah saat ini, banyak elemen yang terlibat di dalamnya justru mengikis moral masyarakat karena minimnya tauladan yang diperankan oleh individu yang terlibat di dalamnya serta tidak terpenuhinya esensi materi dakwah yang ingin disampaikan da'i pada kapitalis sebagai budaya pertelevisian yang terdapat di Indonesia saat ini. Yang membedakan jurnal tersebut dengan penelitian yang akan diteliti yakni peneliti memang meneliti mulai pudarnya esensi materi dakwah di televisi, namun itu hanya sebagai landasan. Peneliti terfokus pada bagaimana persepsi anggota KPID tentang *dakwahtainment* yang esensi materi dakwahnya mulai memudar. Sedangkan jurnal tersebut fokus dengan mulai memudarnya materi dakwah yang ada di televisi sehingga berpengaruh dengan mengkerdilnya nilai-nilai agama di masyarakat.

5. Hasil riset milik Abdul Halim “Dakwah Kultural dalam Acara Kongkow Budaya di Aswaja TV”. Metode penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Tujuan penelitian yang dibuat oleh Halim mengetahui bagaimana dakwah kultural dalam acara Kongkow, kultur yang bagaimana yang digunakan sehingga dapat menggunakan kultur. Yang

membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti yakni meskipun sama-sama berhubungan dengan Televisi, penelitian yang akan diteliti terfokus pada persepsi anggota KPID. Sedangkan penelitian sebelumnya terfokus pada isi program acara dalam Televisi.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Moleong, 2006 : 6).

Adapun spesifikasi penelitian ini adalah penelitian deskriptif, artinya penelitian ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi bidang tertentu secara faktual dan cermat (Rakhmat, 1985: 30).

2. Definisi Konseptual

Agar penelitian ini mempunyai sasaran yang jelas, maka perlu ada beberapa penjelasan tentang definisi konseptual dan definisi operasional tentang objek yang diteliti.

a. Persepsi anggota KPID tentang *dakwahtainment*

Persepsi anggota KPID Jawa Tengah adalah Kognisi (pengetahuan), Afeksi (sikap) dan Konasi (penilaian) tentang tayangan program acara *Islam itu Indah* di Trans Tv.

1) Kognisi

Kognisi yang dimaksud adalah pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di Trans Tv.

2) Afeksi

Afeksi yang dimaksud adalah sikap yang ditunjukkan anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di Trans Tv.

3) Konasi

Konasi yang dimaksud adalah bagaimana anggota KPID Jawa Tengah menilai *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di Trans Tv.

b. *Dakwahtainment* di televisi

Menurut peneliti *dakwahtainment* adalah kegiatan dakwah yang dilakukan menggunakan media massa (televisi, radio, film, surat kabar, dan majalah) dengan memadukan antara dakwah dan hiburan. Adapun *dakwahtainment* yang dimaksudkan peneliti yakni *dakwahtainment* di televisi dengan metode ceramah. Sedangkan program acara dengan metode ceramah yang dijadikan objek kajian yakni *Islam itu*

Indah secara global. Unsur dakwah (da'i, mad'u, materi dakwah, metode dakwah, dan media dakwah) dijadikan indikator dalam wawancara yang akan dilakukan dengan narasumber.

Sehingga fokus penelitian ini adalah membahas persepsi anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* di televisi dengan metode ceramah.

3. Sumber dan Jenis Data

a. Jenis dan Sumber Data Primer

Jenis data primer adalah data pokok yang berkaitan dan diperoleh secara langsung dari obyek penelitian. Sedangkan sumber data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data penelitian secara langsung (Subagyo, 1991: 87-88). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara kepada anggota KPID Provinsi Jawa Tengah. Adapun anggota KPID Jawa Tengah terdapat tujuh orang. Dari enam anggota satu ketua, masing-masing anggota memiliki fokus kajian. Budi Setyo Purnomo, S. Sos, M. IKom sebagai ketua dan Asep Cuwantoro, S.Pd.I, M.Pd sebagai wakil dan koordinator bidang penataan infrastruktur. Tazkiyyatul Muthmainnah, SKM sebagai koordinator bidang Aduan dan pengawasan (Binwas), Muhammad Rofiudin, M.Ikom sebagai koordinator bidang Komunikasi dan kerja sama, Dini Inayati, ST sebagai koordinator Kelembagaan dan

SDM, Setyawan Hendra Kelana, S. Kom sebagai koordinator bidang Pelayanan Perijinan, dan Sonakaha Yuda Laksono, SE sebagai koordinator bidang Penindakan dan Pembinaan. Peneliti melakukan wawancara dengan ketujuh anggota KPID .

b. Jenis dan sumber data sekunder

Jenis data sekunder adalah jenis data yang dapat dijadikan sebagai pendukung data pokok. Sumber data sekunder adalah sumber yang mampu atau dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah segala sesuatu yang memiliki kompetensi dengan masalah yang menjadi pokok dalam penelitian ini, baik berupa manusia maupun benda (majalah, buku, Koran ataupun data-data berupa foto) (Suryabrata, 1998: 85).

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan (Nazir, 1991:211).

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi dengan rincian berikut:

a. Wawancara

Metode wawancara ini dilakukan dengan cara melakukan dialog secara lisan disana peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden atau informan dan responden atau informan menjawab secara lisan (Darwis, 2014:56). Pada penelitian ini, wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data primer terkait dengan judul yakni persepsi anggota KPID Jawa Tengah tentang *Dakwahtainment* di televisi.

Peneliti akan menggunakan wawancara terstruktur (Structured Interview), karena peneliti telah menyusun responden yang akan menjadi narasumber seperti anggota KPID Jawa Tengah.

b. Observasi

Metode observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan (Subagyo, 2011: 62).

Dari peneliti berpengalaman diperoleh suatu petunjuk bahwa mencatat data observasi bukanlah sekedar mencatat, tetapi juga mengadakan pertimbangan kemudian mengadakan penilaian ke dalam suatu skala bertingkat (Arikunto, 2002:204).

c. Dokumentasi

Seperti halnya metode observasi dan wawancara, metode dokumentasi juga termasuk metode yang penting dalam penelitian ini. Metode dokumentasi adalah metode yang dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, jengger, agenda, dan sebagainya (Arikunto, 2002: 206). Data ini digunakan sebagai data tambahan dan pendukung. Dalam hal ini peneliti menggunakan dokumen yang penting guna mengetahui data operasional lembaga yang telah disusun sehingga data yang penulis kumpulkan menjadi jelas dan terarah.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengklarifikasi sesuai dengan permasalahan yang diteliti, kemudian data-data tersebut disusun dan dianalisa dengan metode analisis data.

Teknik analisis data merupakan suatu proses mengklarifikasi, memberikan kode-kode tertentu, mengolah dan menafsirkan data hasil penelitian, sehingga data hasil penelitian menjadi bermakna (Darwis, 2014: 57).

Untuk menganalisis data agar lebih mudah dalam mengambil kesimpulan maka peneliti menggunakan analisis data kualitatif milik Miles dan Huberman yakni tiga tahapan secara

berkesinambungan, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Tahap pertama yaitu reduksi data. Setelah peneliti mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, aktivitas selanjutnya adalah melakukan reduksi data yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya (Moleong, 2006:190). Dengan kata lain reduksi data adalah mempersingkat data yang terkumpul dengan melakukan ringkasan, pengkodean, dan membuat memo. Dalam reduksi juga dilakukan pembuangan data-data yang tidak perlu dengan tujuan untuk mengorganisasi data yang terkumpul sehingga dapat mempermudah penarikan kesimpulan. Kegiatan ini dilakukan secara berkesinambungan sejak awal kegiatan hingga akhir pengumpulan data. Lebih jelasnya:

a. Lembar ringkasan kontak

Suatu lembar kertas yang berisikan serangkaian hasil pemfokusan dan peringkasan permasalahan-permasalahan mengenai suatu kontak lapangan tertentu. Peneliti lapangan menelaah catatan-catatan lapangan yang ditulis, dan menjawab secara singkat setiap pertanyaan guna mengembangkan ringkasan yang menyeluruh tentang segi-segi utama dalam kontak itu. Kontak yang dimaksudkan dokumen-dokumen yang didapatkan dari lapangan.

b. Kode dan Pengkodean

Cara yang biasa dilakukan untuk memecahkan persoalan itu ialah dengan memberi kode pada catatan-catatan lapangan, hasil observasi, dan bahan-bahan arsip.

c. Pembuatan pola kode

Membuat kode berdasarkan tema, pola atau penjelasan yang menegaskan kasus kepada penganalisis.

d. Membuat memo

Teoritisasi ide atau konseptualisasi ide, dimulai dengan pengembangan pendapat atau proporsisi.

e. Ringkasan kasus sementara

Hasil sementara yang beragam panjangnya (antara 10-25 halaman) yang mengintensiskan apa yang diketahui peneliti tentang kasus, dan menunjukkan apa yang masih harus diteliti (Miles dan Huberman, 2014: 76-130).

f. Tahap kedua adalah penyajian data. Penyajian data yang dimaksudkan adalah menyajikan data yang sudah diedit dan diorganisasikan secara keseluruhan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

g. Tahap ketiga adalah melakukan penarikan kesimpulan. Tahap ini merupakan tahap terpenting dan yang terakhir dari

kegiatan analisis data penelitian kualitatif. Kesimpulan yang dibuat harus benar-benar menunjukkan keadaan yang sebenarnya. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya (Darwis, 2014: 144-145).

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penelitian skripsi, peneliti membuat sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian. Metode penelitian terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Selanjutnya bab pendahuluan ditutup dengan sistematika penulisan.

BAB II: KERANGKA TEORI

Kerangka teoritik menjelaskan tentang tinjauan teoritis yang memaparkan variabel-variabel penelitian. Pada

penelitian ini akan menguraikan tentang persepsi, dakwah dan *dakwahtainment*.

BAB III: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Gambaran umum objek penelitian menguraikan tentang objek yang diteliti. Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan perihal bagaimana profil anggota KPID dan persepsi anggota KPID mengenai topik pembahasan.

BAB IV: ANALISIS

Analisis merupakan kemampuan meneliti dalam menggali fenomena yang diteliti secara mendalam, yakni analisis mengenai persepsi anggota KPID tentang *dakwahtainment*.

BAB V : PENUTUP

Penutup berisi kesimpulan dan saran dari peneliti.

BAB II

PERSEPSI, TELEVISI, DAKWAH DAN DAKWAHTAINMENT

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan serangkaian proses rumit yang melalui kita memperoleh dan menginterpretasikan serangkaian informasi indrawi. Interpretasi ini memungkinkan kita menyerap lingkungan kita secara bermakna (Ling, dkk 2012: 6). Definisi lain mengenai definisi persepsi, adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberi makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*) (Rakhmat, 2011:50). Sedangkan menurut Brian Fellows, persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi dan menurut Philip Goodacre dan Jennifer Follers, persepsi adalah proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan (Mulyana, 2012:180).

2. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Persepsi

Apa yang ada dalam diri individu akan mempengaruhi persepsi, ini merupakan faktor internal. Faktor stimulus dan faktor lingkungan dimana persepsi itu berlangsung, merupakan faktor eksternal. Stimulus dan lingkungan sebagai faktor

eksternal dan individu sebagai faktor internal saling berinteraksi dalam individu mengadakan persepsi.

Agar stimulus dapat dipersepsi, maka stimulus harus cukup kuat, stimulus harus melampaui ambang stimulus, yaitu kekuatan stimulus yang minimal tetapi sudah dapat menimbulkan kesadaran, sudah dapat dipersepsi oleh individu. Kejelasan stimulus akan banyak berpengaruh dalam persepsi. Stimulus yang kurang jelas, stimulus yang banyak arti, akan berpengaruh dalam ketepatan persepsi. Bila stimulus itu berwujud benda-benda bukan manusia, maka ketepatan persepsi lebih terletak pada individu yang mengadakan persepsi, karena benda-benda yang dipersepsi tersebut tidak ada usaha untuk mempengaruhi yang mempersepsi. Hal tersebut akan berbeda bila yang dipersepsi itu manusia.

Mengenai keadaan individu yang dapat mempengaruhi hasil persepsi datang dari dua sumber, yaitu yang berhubungan dengan segi kejasmanian, dan yang berhubungan dengan segi psikologis. Bila sistem fisiologisnya terganggu, hal tersebut akan berpengaruh dalam persepsi seseorang, sedangkan segi psikologis seperti telah dipaparkan sebelumnya, yaitu antara lain mengenai pengalaman, perasaan, kemampuan berpikir, kerangka acuan, motivasi akan berpengaruh pada seseorang dalam mengadakan persepsi (Walgito, 2002: 46-47). Selanjutnya persepsi diklasifikasikan kedalam tiga komponen, afektif,

kognitif, dan konatif. Komponen yang pertama afektif afektif yang merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis. Komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.

a. Komponen afektif

- 1) Motif sosiogenis, sering juga disebut motif sekunder sebagai lawan motif primer (motif biologis), sebetulnya bukan motif “anak bawang “. Adapun klasifikasi motif sosiogenis menurut Melvin H. Marx: 1. Kebutuhan Organismis seperti motif ingin tahu, motif kompetensi, dan motif prestasi. 2. Motif-motif sosial seperti motif kasih sayang, motif kekuasaan, dan motif kebebasan.
- 2) Sikap, pertama sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Kedua sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Ketiga, sikap relatif menetap. Keempat, sikap mengandung aspek evaluatif. Dan kelima sikap timbul dari pengalaman.
- 3) Emosi, emosi menunjukkan kegoncangan organisme yang disertai oleh gejala-gejala kesadaran, berperilaku, dan proses fisiologis.

b. Komponen kognitif

Kepercayaan adalah komponen kognitif dari faktor sosiopsiokologis. Kepercayaan di sini tidak ada hubungannya dengan hal-hal yang gaib, tetapi hanyalah “keyakinan bahwa sesuatu itu ‘benar’ atau ‘salah’ atas dasar bukti, sugesti otoritas, pengalaman atau intuisi (Hohler,1978). Sementara menurut Asch (1959) kepercayaan dibentuk oleh pengetahuan, kebutuhan, dan kepentingan.

c. Komponen konatif

Terdiri dari kebiasaan dan kemauan. Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis tidak direncanakan. Sedangkan kemauan adalah sebagai tindakan yang merupakan usaha seseorang untuk mencapai tujuan (Rakhmat, 2011:37-43).

3. Proses Terjadinya Persepsi

Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu: *seleksi, organisasi, dan interpretasi*. Atau tahap persepsi yang lainnya yakni *sensasi, atensi dan interpretasi*. Yang dimaksud seleksi sebenarnya mencakup *sensasi* dan *atensi*, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi, yang dapat didefinisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna” sebenarnya, ketiga tahap

persepsi (*sensasi*, *atensi*, dan *interpretasi*, atau *seleksi*, *organisasi*, dan *interpretasi*) tidak dapat dibedakan secara tegas, kapan satu tahap berakhir dan kapan tahap berikutnya mulai.

a. Seleksi

Seleksi mencakup sensasi dan atensi:

Sensasi (penginderaan)

Dijelaskan bahwa melalui penginderaan kita melihat dunia. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran sentuhan, penciuman dan pengecapan. Segala macam rangsangan yang diterima kemudian dikirimkan ke otak. Melalui alat-alat pancar indra manusia yang meliputi: indra perasa, indra peraba, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar. Makna pesan dikirimkan ke otak harus dipelajari.

Sensasi tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis atau konseptual karena terutama berhubungan dengan kegiatan alat pancar indra.

Semua indra mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Mulai dari penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Penciuman, sentuhan dan pengecapan, terkadang memainkan peranan penting dalam komunikasi,

seperti bau parfum yang menyengat ban jabatan tangan yang kuat.

Kemudian proses sensasi dimulai dengan diubahnya informasi oleh alat indra menjadi impuls-impuls syaraf dengan bahasa yang dipahami oleh otak.

Atensi (perhatian)

Atensi tidak terelakan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apa pun, kita harus terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi orang lain dan diri sendiri. Yaitu pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi yang tersedia.

Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan dan proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumberdaya mental yang terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu. Atensi dapat merupakan proses sadar maupun tidak sadar.

b. Interpretasi

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang diperoleh melalui salah satu atau lebih indera kita. Namun demikian kita tidak bisa menginterpretasikan

makna setiap objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna yang kita percayai mewakili objek tersebut.

Jadi, pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. (Mulyana, 2016: 181-182)

B. Televisi

1. Sejarah Televisi

Gagasan konkret untuk memiliki siaran televisi di Indonesia, lahir setelah tahun 1961 Pemerintah memutuskan untuk memasukkan proyek media massa Telsvisi ke dalam proyek Asian Game, tentu saja proyek media massa ini sebelumnya telah dilakukan peneltinan yang mendalam tentang kemanfaatannya.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Penerangan NO: 20/ E/ M/ 1961, dibentuklah Panitia Persiapan Pembangunan Televisi di Indonesia, kemudian Berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 215/1963, dibnetuklah Yayasan Televisi Republik Indonesia, yang berlaku sejak tanggal 20 Oktober 1963.

Dengan kondisi yang terbatas lahirlah televisi siaran di bumi pertiwi Indonesia, pada tanggal 24 Agustus 1962.

Meskipun saat awalnya hanya mempunyai jangkauan terbatas serta jumlah pesawat pemerintah penerima terbatas pula.

Meskipun lambat tetapi pasti, perkembangan terus berjalan, hampir semua daerah tingkat I telah memiliki stasiun TVRI dan bahkan ada beberapa stasiun produksi keliling.

Pemerintah Indonesia di samping mengembangkan secara kuantitatif jumlah stasiun penyiarannya, tidak dilupakan juga mengembangkan jaringan siarannya dan sampai saat ini telah dibangun lebih dari 300 stasiun pemancar dan penghubung, ini dimaksudkan agar siaran televisi mampu menjangkau ke seluruh wilayah Nusantara.

Pada tahun 1969, TVRI memasuki era satelit komunikasi internasional, dengan menggunakan stasiun bumi di Jatiluhur, hal ini menunjukkan bukan saja Televisi berjalan terus sesuai dengan perkembangan teknologi, tetapi Indonesia telah mampu memberikan pelayanan di bidang telekomunikasi, melalui hubungan telepon, telegram, faksimil, pengiriman data dan penyaluran siaran radio maupun televisi, sehingga peristiwa di belahan bumi manapun dapat diikuti dengan baik.

Kalau Indonesia dengan perhitungan cermat melihat televisi sebagai media massa sangat efektif untuk penyebaran informasi serta menggelorakan semangat pembangunan di segala bidang, maka pada tahun 1962 memasuki era baru dalam media massa elektronik, yang terhitung masih baru saat itu dan

terobosan ini mendahului beberapa negara lain seperti Afrika Selatan, Israel, Tanzania dan Srilanka, yang baru memasuki era pertelevisian pada tahun 1970. Demikian pula setelah melalui perdebatan serta pendekatan yang cukup panjang, Indonesia memasuki era baru lagi televisi berwarna, mendahului negara yang lebih maju seperti Korea Selatan, yang baru pada tahun 1980, setelah negara itu berhasil memproduksi televisi berwarna sendiri.

Perkembangan berjalan terus yang akhirnya pada tahun 1976, Indonesia memasuki era Sistem Komunikasi Satelit Domestik (SKSD) Palapa, dengan tujuan sebagai jalan pintas yang memungkinkan dalam waktu yang singkat, seluruh wilayah Indonesia sudah terjangkau oleh siaran televisi, maupun sistem komunikasi sekaligus.

Palapa memungkinkan seluruh daerah terjangkau, dengan membangun stasiun bumi kecil (SBK) di daerah yang ingin dihubungkan secara langsung.

Indonesia merupakan negara ketiga yang menggunakan satelit Domestik, setelah Uni Sovyet dan Canada. Di samping itu Indonesia menganut kebijakan Udara Terbuka (Open Sky Policy), mengizinkan penggunaan Parabola bagi kepentingan penerimaan siaran, baik dari dalam maupun luar negeri.

Dari sini dapat kita lihat dan rasakan, bahwa bangsa Indonesia, dihadapkan suatu kenyataan yang tidak terelakan lagi,

bahwa berbagai budaya asing, yang tentu saja tidak sejalan dengan kebudayaan sendiri, telah masuk ke dalam tatanan kehidupan kita. Hal ini merupakan suatu tantangan, bukan saja kepada Pemerintah, tetapi juga kepada seluruh masyarakat, untuk lebih bersikap dewasa., agar mampu melakukan adaptasi terhadap budaya-budaya asing, tanpa meninggalkan kebudayaan luhur peninggalan nenek moyang.

Perkembangan pertelevisian Indonesia semakin marak, kalau semula TVRI merupakan pilihan satu-satunya bagi khalayak penonton, seiring perkembangan teknologi komunikasi, pemilik modal melirik untuk memanfaatkan media massa sebagai lahan baru usaha bisnis mereka.

Dalam waktu relatif singkat berdiri beberapa stasiun televisi swasta nasional yang bersifat komersial di Indonesia, didahului Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), diikuti sejumlah televisi swasta nasional lainnya.

Beberapa waktu kemudian, didirikan beberapa stasiun televisi daerah, ikut meramaikan bursa per televisian Indonesia. Hal ini tentu saja yang diuntungkan khalayak penonton, karena mempunyai berbagai alternatif pilihan program siarannya.

Sebagai stasiun penyiaran swasta komersial, orientasinya cenderung keuntungan materiil dibandingkan dengan idiil, tetapi dihadapkan suatu kenyataan, bahwa program-program siarannya, harus mampu membantu kesejahteraan masyarakat,

yang sedang menghadapi era globalisasi di berbagai bidang, di mana masyarakat sedang dihadapkan pada masa transisi, memasuki kondisi masyarakat yang lebih maju, hal tersebut bukan pekerjaan yang mudah.

Perjalanan perkembangan media massa semakin tidak dapat dibendung, persaingan semakin merajalela. Beberapa negara, media massa milik pemerintah, khususnya media elektronik, statusnya diubah menjadi swasta nasional, agar mampu bersaing dengan media massa lain, di samping pembiayaannya dinilai terlalu besar. Hal tersebut terjadi pula di Indonesia, TVRI yang semula sebagai media massa Pemerintah, berubah menjadi swasta nasional dan berstatus TV publik.

Di Indonesia tidak ada satu pun media massa yang dikuasai pemerintah, meski demikian mengingat siaran mempunyai pengaruh yang cukup besar, arah dan tujuan siaran harus sejalan dengan Undang-Undang Siaran Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002.

Undang-Undang Siaran, Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002, Pada pasal 3 ditegaskan bahwa:
Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, demokratis, adil dan sejahtera,

serta menimbulkan industri penyiaran Indonesia (UU, Siaran, 2002, Pasal:3).

Dengan merujuk pada Undang-Undang Siaran Tersebut, berarti arah kebijakan siarannya, tidak boleh menyimpang dari tujuan dari pasal tadi.

Sebagai industri penyiaran, diharapkan mampu memperluas jangkauan siaran ke seluruh wilayah Nusantara, sehingga kesejahteraan masyarakat bisa benar-benar merata. (Darwanto: 2011, 84-88).

2. Karakteristik Televisi

a. Mengutamakan Gambar

Kekuatan televisi terletak pada gambar yang didukung oleh narasi atau sebaliknya dari paparan narasi yang diperkuat oleh gambar. Dan gambar yang dimaksud adalah gambar hidup yang membuat televisi lebih menarik dibanding media cetak.

b. Mengutamakan Kecepatan

Jika *deadline* media cetak 1x24 jam, *deadline* atau tenggat televisi bisa disebut setiap detik. Televisi mengutamakan kecepatan.

c. Bersifat sekilas

Televisi lebih mengutamakan dimensi waktu atau durasi.

d. Bersifat Satu Arah

Pemirsa tidak bisa pada saat itu juga memberi respon pada berita televisi yang ditayangkan, kecuali pada beberapa program interaktif. Pemirsa hanya punya satu kesempatan memahami televisi. Pemirsa tidak bisa, misalnya, meminta presenter membacakan ulang berita televisi karena pemirsa tersebut belum memahami atau ingin lebih memahami berita tersebut.

e. Daya Jangkau Luas

Televisi memiliki daya jangkau luas. Ini berarti televisi menjangkau segala lapisan masyarakat, dengan berbagai latar belakang sosial-ekonomi. Orang buta huruf tidak mungkin membaca berita media cetak, tetapi ia bisa menonton televisi (Badjuri, 2010: 39-40).

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran yang tercantum pada pasal 13 ayat 2 menjelaskan bahwa jasa penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diselenggarakan oleh:

- a). Lembaga Penyiaran Publik;
- b). Lembaga Penyiaran Swasta;
- c). Lembaga Penyiaran Komunitas; dan
- d). Lembaga Penyiaran Berlangganan (diperbanyak oleh KPID Provinsi Jawa Tengah, 2015: 14).

3. Relasi antara KPID dan Televisi Penyiaran

Undang-undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 merupakan dasar utama bagi pembentukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Semangatnya adalah pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan independen yang bebas dari campur tangan pemodal maupun kepentingan kekuasaan.

Dalam Undang-undang penyiaran sebelumnya, yaitu Undang-undang No. 24 Tahun 1997 pasal 7 yang berbunyi "Penyiaran dikuasai oleh negara yang pembinaan dan pengendaliannya dilakukan oleh pemerintah", menunjukkan bahwa penyiaran pada masa itu merupakan bagian dari instrumen kekuasaan yang digunakan untuk semata-mata bagi kepentingan pemerintah.

Proses demokratisasi di Indonesia menempatkan publik sebagai pemilik dan pengendali utama ranah penyiaran. Karena frekuensi adalah milik publik dan sifatnya terbatas, maka penggunaannya harus sebesar-besarnya bagi kepentingan publik. Sebesar-besarnya bagi kepentingan publik artinya adalah media penyiaran harus menjalankan fungsi pelayanan informasi publik yang sehat. Informasi terdiri dari bermacam-macam bentuk, mulai dari berita, hiburan, ilmu pengetahuan, dll. Dasar dari fungsi pelayanan informasi yang sehat adalah seperti yang tertuang dalam Undang-undang Penyiaran Nomor 32 Tahun

2002 yaitu *Diversity of Content* (prinsip keberagaman isi) dan *Diversity of Ownership* (prinsip keberagaman kepemilikan).

Kedua prinsip tersebut menjadi landasan bagi setiap kebijakan yang dirumuskan oleh KPI. Pelayanan informasi yang sehat berdasarkan *prinsip keberagaman isi* adalah tersedianya informasi yang beragam bagi publik baik berdasarkan jenis program maupun isi program. Sedangkan *prinsip keberagaman kepemilikan* adalah jaminan bahwa kepemilikan media massa yang ada di Indonesia tidak terpusat dan dimonopoli oleh segelintir orang atau lembaga saja. Prinsip ini juga menjamin iklim persaingan yang sehat antara pengelola media massa dalam dunia penyiaran di Indonesia.

Apabila ditelaah secara mendalam, Undang-undang no. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran lahir dengan dua semangat utama, pertama pengelolaan sistem penyiaran harus bebas dari berbagai kepentingan karena penyiaran merupakan ranah publik dan digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan publik. Kedua adalah semangat untuk menguatkan entitas lokal dalam semangat otonomi daerah dengan pemberlakuan sistem siaran berjangkauan.

Maka sejak disahkannya Undang-undang no. 32 Tahun 2002 terjadi perubahan fundamental dalam pengelolaan sistem penyiaran di Indonesia, di mana pada intinya adalah semangat untuk melindungi hak masyarakat secara lebih merata.

Perubahan paling mendasar dalam semangat UU ini adalah adanya *limited transfer of authority* dari pengelolaan penyiaran yang selama ini merupakan hak eksklusif pemerintah kepada sebuah badan pengatur independen (*independent regulatory body*) bernama Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Independen yang dimaksudkan adalah untuk mempertegas bahwa pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan yang bebas dari intervensi modal maupun kepentingan kekuasaan. Belajar dari masa lalu di mana pengelolaan sistem penyiaran masih berada ditangan pemerintah (pada masa rezim orde baru), sistem penyiaran sebagai alat strategis tidak luput dari *kooptasi* negara yang dominan dan digunakan untuk melanggengkan kepentingan kekuasaan. Sistem penyiaran pada waktu itu tidak hanya digunakan untuk mendukung hegemoni rezim terhadap publik dalam penguasaan wacana strategis, tetapi juga digunakan untuk mengambil keuntungan dalam kolaborasi antara segelintir elit penguasa dan pengusaha.

Terjemahan semangat yang kedua dalam pelaksanaan sistem siaran berjaringan adalah, setiap lembaga penyiaran yang ingin menyelenggarakan siarannya di suatu daerah harus memiliki stasiun lokal atau berjaringan dengan lembaga penyiaran lokal yang ada di daerah tersebut. Hal ini untuk menjamin tidak terjadinya sentralisasi dan monopoli informasi

seperti yang terjadi sekarang. Selain itu, pemberlakuan sistem siaran berjaringan juga dimaksudkan untuk merangsang pertumbuhan ekonomi daerah dan menjamin hak sosial-budaya masyarakat lokal. Selama ini sentralisasi lembaga penyiaran berakibat pada diabaikannya hak sosial-budaya masyarakat lokal dan minoritas. Padahal masyarakat lokal juga berhak untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan politik, sosial dan budayanya. Disamping itu keberadaan lembaga penyiaran sentralistis yang telah mapan dan berskala nasional semakin menghimpit keberadaan lembaga-lembaga penyiaran lokal untuk dapat mengembangkan potensinya secara lebih maksimal(wikipedia: 16 Desember 2017 pukul:10:30 WIB)

C. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Berdasarkan penelusuran akar kata (*epistimologis*), kata dakwah merupakan bentuk *masdar* dari kata *yad'u* (*fiil mudhar'i*) dan *da'a* (*fiil madi*) yang artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summer*), menyeru (*to propo*), mendorong (*to urge*), dan memohon (*to pray*) (Supena, 2013: 89).

Secara istilah (*terminologi*), dakwah dipahami oleh para ahli. Adapun beberapa pendapat dakwah menurut para ahli:

- a. Dakwah adalah suatu kegiatan mengajak, mendorong orang lain baik secara individu maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, untuk berbuat kebaikan dan mencegah kemungkaran agar mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat, serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan (Aziz, 2004: 3-4).
- b. Dalam buku Filsafat Ilmu Dakwah yang ditulis oleh Supena (2013: 90), Amrullah Ahmad menjelaskan dakwah adalah mengajak umat manusia supaya masuk ke dalam jalan Allah (sistem dakwah) secara menyeluruh baik dengan lisan dan tulisan maupun dengan perbuatan dalam rangka mewujudkan ajaran Islam menjadi kenyataan dalam kehidupan syahsyiyyah, usrah jamaah dan ummah dalam semua segi kehidupan sehingga terwujud kualitas khairul ummah.
- c. Menurut Prof. H. M. Thoha Yahya Omar, dakwah adalah mengajak manusia dengan bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat (Ishaq, 2016: 9).

Dari beberapa pendapat di atas, menurut peneliti pada intinya pengertian dakwah merupakan menyeru, mengajak serta

mendorong umat manusia secara bijaksana dengan tujuan mencegah kemungkaran agar selamat dari dunia dan akhirat.

2. Hukum Dasar Dakwah

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Artinya:

Dan katakanlah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung (Q.S Al Imran: 104) (Departemen Agama RI, 64).

Kata *minkum* yang diberikan pengertian *lit tab'idh* (sebagian) sehingga hukum dakwah *wajib kifayah*. Sedangkan kalau kata (*minkum*) diberi *artilil bayan* (kamu semua) maka hukum dakwah *fardu ain* (Saerozi, 2013: 22).

Berkaitan dengan hukum dakwah, ada perbedaan pendapat antara ulama yang lain, yakni ada ulama yang berpendapat bahwa hukum dakwah adalah *fadu ain* dan ada pula ulama yang berpendapat bahwa hukum dakwah adalah *fardu kifayah*. Pendapat ulama yang pertama mengatakan bahwa dakwah itu hukumnya *fardu ain*, maksudnya setiap orang islam yang sudah *baligh* (dewasa), kaya miskin, panda'i, dan bodoh semuanya tanpa kecuali wajib melaksanakan dakwah. sedangkan ulama yang berpendapat bahwa hukum dakwah adalah *fardu*

kifayah mempunyai maksud bahwa apabila dakwah sudah dilaksanakan oleh sebagian atau sekelompok orang, maka gugurlah kewajiban dakwah itu dari kewajiban seluruh kaum muslimin sebab sudah ada yang melaksanakannya walaupun hanya sebagian orang (Saerozi, 2013: 22-23).

3. Unsur-unsur dakwah

Aktifitas dakwah yang berupa ajakan kepada ajaran Islam memiliki elemen-elemen dakwah atau unsur-unsur dakwah sebagai berikut:

a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah adalah pelaku dakwah (*da'i* atau *communicator*). Subjek dakwah sangatlah menentukan keberhasilan aktifitas dakwah, maka hendaklah seorang *da'i* mampu menjadi penggerak dakwah yang profesional. Subjek dakwah dapat berupa individu ataupun berupa lembaga-lembaga dakwah.

Untuk mendukung keberhasilan dan legitimasi pelaku dakwah selaku komunikator, pelaku dakwah harus berupaya memiliki dan membina sifat-sifat sebagai berikut:

- 1) Harus benar-benar istiqamah dalam keimanannya dan percaya seyakin-yakinnya akan kebenaran agama Islam yang dianutnya untuk kemudian diteruskannya kepada umat.

- 2) Harus menyampaikan dakwah dengan lidahnya sendiri. Dia tidak boleh menyembunyikan kebenaran apalagi menukar kebenaran tersebut dengan nilai harga yang rendah.
- 3) Berdakwah secara jujur dan adil terhadap semua golongan dan kelompok umat dan tidak terpengaruh dengan penyakit hati, seperti sombong, serakah dan sebagainya.
- 4) Menyampaikan kesaksiannya tentang kebenaran tidak saja dengan lidahnya, tetapi sejalan dengan perbuatannya.
- 5) Berdakwah dengan niat yang ikhlas hanya karena Allah dan mengharapkan ridha-Nya.
- 6) Menjadikan Rasulullah sebagai contoh teladan.
- 7) Mengutamakan persaudaraan dan persatuan umat, sebagai perwujudan *ukhuwah ilamiyah*.
- 8) Bersifat terbuka, penuh toleransi, lapang dada dan tidak memaksa.
- 9) Tetap berjihad dalam kondisi bagaimanapun, dengan keyakinan bahwa Allah akan berpihak kepada yang benar dan memberikan petunjuk akan itu (Khatib, 2007: 49-51).

Seorang da'i juga harus bersifat empati ketika ia berkomunikasi dengan komunikan atau mad'u yang sedang

sibuk, marah, bingung, kecewa dan sebagainya. Karena bagaimana[un juga kredibilitas seseorang kepada orang lain bergantung beberapa faktor yang mempengaruhi dalam kreativitas komunikasi, yaitu meliputi:

- 1) Kompetensi adalah derajat kemampuan untuk menyelesaikan tugas yang dipersepsikan mengenai orang lain.
- 2) Karakter yaitu persepsi tentang moral, nilai-nilai, dan integritas dari komunikasi
- 3) Koorientasi, yaitu derajat kesamaan yang dipersepsikan mengenai tujuan-tujuan dan nilai-nilai
- 4) Karisma adalah derajat kepercayaan akan kualitas-kualitas kepemimpinan khusus yang dipersepsikan terutama dalam keadaan-keadaan krisis dan menentukan.
- 5) Dinamika, yaitu derajat tentang antusiasme dan perilaku-perilaku nonverbal yang dipersepsikan.
- 6) Jiwa sosial adalah derajat keramahan yang dipersepsikan.

Setelah memilikibekal tentang derajat jreativitas, seorang komunikator juga harus memperhatikan dalam gaya yang dipakai komunikator dakwah agar komunikasi bisa berjalan efektif. Untuk itu ada hal-hal yang harus di

kembangkan oleh seorang komunikator dakwah mampu mengembangkan tiga kemampuan khusus yang meliputi:

- 1) Kemampuan analitis: komunikator dakwah mampu menilai tingkat pengalaman dan motivasi mad'u dalam melaksanakan dakwah.
- 2) Kemampuan fleksibel/luwes: komunikator dakwah mampu untuk menerapkan metode dakwah yang paling tepat berdasarkan analisis terhadap situasi.
- 3) Kemampuan berkomunikasi: da'i mampu menjelaskan kepada mad'u yang terkait dengan dakwah. (Ilahi, 2013: 84-85)

b. Metode Dakwah

Metode dakwah yaitu cara-cara penyampaian dakwah, baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan dakwah mudah diterima. Cukup banyak metode atau strategi yang telah dipraktekkan oleh para *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwahnya, seperti ceramah, *tausiyah*, nasihat, diskusi, bimbingan keagamaan, *uswah* dan *qudwahhasanah*, dan lain sebagainya.

c. Media Dakwah

Media adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera. Pesan yang diterima

oleh panca indera selanjutnya diproses dalam pikiran manusia, untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu sebelum dinyatakan dalam tindakan. Media dakwah adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media elektronik modern merupakan suatu keharusan untuk mencapai efektifitas dakwah.

d. Materi Dakwah

Materi adalah isi pesan (*message*) yang disampaikan oleh seorang subyek dakwah kepada *mad'u*. Materi dakwah yang dimaksudkan di sini adalah ajaran Islam itu sendiri yang bersumber dari Al-qur'an dan Sunnah. Oleh karena itu, panggilan terhadap materi dakwah berarti panggilan terhadap Al-qur'an dan Hadits. Karena luasnya ajaran Islam, maka setiap *da'i* tidak ada jalan lain harus selalu berusaha dan tidak bosan mempelajari Al-Qur'an dan Hadits.

e. Objek Dakwah

Objek dakwah yaitu masyarakat sebagai penerima dakwah (*mad'u*). Obyek dakwah adalah sasaran yang dituju oleh suatu kegiatan dakwah. *Mad'u* atau penerima dakwah adalah seluruh umat manusia baik laki-laki maupun perempuan, tua maupun muda, miskin atau kaya, muslim

maupun non muslim, kesemuanya menjadi obyek dari kegiatan dakwah Islam, semua berhak menerima ajaran atau seruan kepada Allah. Pengetahuan tentang apa dan bagaimana *mad'u*, baik jika ditinjau dari aspek psikologis, pendidikan, lingkungan sosial, ekonomi serta keagamaan, merupakan suatu hal pokok dalam dakwah. Karena hal tersebut akan sangat membantu dalam pelaksanaan dakwah, terutama dalam hal penentuan tingkat dan macam materi yang akan disampaikan, atau metode mana yang akan diterapkan, serta melalui media apa yang tepat untuk dimanfaatkan, guna menghadapi *mad'u* dalam proses dakwah (Amin, 2009: 13-15).

4. Metode Dakwah Melalui Televisi

a. Metode Ceramah (*Talking Method*)

Secara teknis ada beberapa perkembangan yang dilakukan dalam proses dakwah dengan metode ceramah, diantaranya:

1. Teknik Uraian (*The Talk*)

Teknik yang digunakan yakni seorang *da'i* secara sendirian diambil gambarnya/direkam (*off air*) juga bisa dilakukan secara langsung (*live/ on air*), baik distudio maupun diluar studio tanpa melibatkan obyek dakwahnya (*mad'u*) atau bisa juga melibatkan langsung obyek dakwahnya (*mad'u*).

2. Teknik Wawancara (*interview*)

Wawancara dapat dilakukan dengan melibatkan dua orang yaitu pewawancara dan narasumber, atau melibatkan pemirsa secara langsung dalam program/acara dakwah melalui telepon (*interactiv*) sebagai media tambahan sehingga acara bisa disiarkan secara langsung (*live*). Dengan teknik di mana pemirsa dapat melakukan telepon secara langsung dengan narasumber mendukung program dakwah untuk mendapatkan sponsor. Selingan kuis juga merupakan daya tarik tersendiri bagi pemirsa untuk mengikuti acara dakwah di televisi (Alfandi, 2005: 52).

3. Teknik Diskusi

Metode dakwah dengan diskusi melalui televisi sering dimaksudkan sebagai pertukaran pikiran (gagasan, pendapat, ide dan sebagainya) antara sejumlah orang yang ditengahi oleh seorang moderator yang menyampaikan materi diskusinya secara lisan yang ditayangkan melalui media televisi untuk membahas suatu permasalahan tertentu dilaksanakan secara teratur dan bertujuan Untuk Memperoleh Kebenaran.

4. Teknik Suara Masyarakat (*Vox-Pop*)

Teknik ini merupakan program dakwah yang lebih banyak mengetengahkan pendapat masyarakat

tentang suatu masalah, dengan tujuan agar pemirsa juga dapat mengetahui bermacam-macam pendapat dari berbagai orang atau grup sehingga dapat Dikonfrontir Dengan Pendapatnya Sendiri (Alfandi, 2005: 53).

b. Metode Berita

Program berita sebagai metode dakwah adalah suatu sajian laporan berupa fakta dan kejadian yang berhubungan dengan dunia ke-Islaman yang mempunyai nilai unusual, esensial, dan disiarkan melalui televisi secara periodik (Alfandi, 2007: 232).

c. Metode Infiltrasi (*Infiltration Method*)

Program dakwah yang paling kreatif, karena pihak produksi dituntut kreatif misalnya dengan pembuatan sinetron dengan tema ke-Islaman ini sementara hanya masih sering tayang di bulan ramadhan, selain bulan tersebut jarang (Alfandi, 2005: 54). Namun belakangan ini muncul beberapa tayangan ke-Islaman yang tayang selain di bulan Ramadhan *Yakni Tukang Bubur Naik Haji The Series* yang tayang di RCTI.

5. Kekurangan dan kelebihan Televisi sebagai Media Dakwah

Perkembangan dakwah melalui televisi merupakan wujud dinamisasi dari proses dakwah yang terjadi di Indonesia sampai sekarang. Namun dakwah melalui televisi di Indonesia kelihatannya masih sangat jauh dari perimbangan dengan acara-

acara televisi yang sifatnya menghibur (yang terkadang justru berpengaruh negatif terhadap pemirsanya (Alfandi, 2007: 234).

Para aktifis dakwah Islam dengan melihat berbagai kelebihan media televisi merasa tergugah untuk mempergunakan media audio-visual ini sebagai sarana atau alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Televisi sebagai media dakwah merupakan suatu penerapan dan pemanfaatan teknologi modern dalam aktifitas dakwah. Dengan pemanfaatan televisi ini, diharapkan seluruh pesan-pesan dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) secara lebih optimal, baik kuantitatif maupun kualitatif. Dakwah melalui televisi ini banyak memperoleh keuntungan dibanding dengan mempergunakan media-media dakwah lainnya, diantaranya:

- a. Dakwah melalui media televisi dapat disampaikan kepada masyarakat melalui suara (*audio*) dan gambar (*visual*) yang dapat di dengar dan dilihat oleh pemirsa.
- b. Dari segi khalayak (*mad'u*), televisi dapat menjangkau jutaan pemirsa di seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri, sehingga dakwah lebih efektif dan efisien.
- c. Efek kultural televisi lebih besar dibandingkan media lain, khususnya bagi pembentukan perilaku pro-sosial dan anti sosial anak-anak (Alfandi, 2007: 225).

Kekurangan dakwah melalui televisi juga dijelaskan oleh Asmuri dalam jurnal yang dibuat oleh Alfandi tentang

Perkembangan Dakwah Islam Melalui Media Televisi di Indonesia, diantaranya:

- a. Siaran televisi hanya dapat sekali didengar dan dilihat (tidak dapat diulang) kecuali dari pusat pemancarnya (studio televisi).
- b. Terikat oleh pusat pemancarnya dan waktu siaran. Artinya siaran televisi tidak setiap saat dapat dilihat dan didengar menurut kehendak obyek dakwah.
- c. Terlalu peka akan gangguan sekitar, baik bersifat alami maupun teknis.
- d. Kadang-kadang masyarakat dalam menonton hanya sebagai pelepas lelah hiburan), sehingga di lain hiburan mereka tidak senang (Alfandi, 2007: 225).

Menurut Alfandi, kelemahan dakwah dalam televisi, yaitu: biaya produksi untuk acara-acara di televisi relatif lebih mahal dibandingkan dengan menggunakan media lainnya, sementara ketertarikan pemasang iklan untuk program dakwah juga masih minim; selain itu juga penyampaian dakwah melalui media televisi memerlukan keahlian khusus yang tidak semua Da'i/mubaligh dapat melakukan dakwah melalui media ini (Alfandi, 2007: 225-226).

D. *Dakwahtainment*

1. Pengertian *Dakwahtainment*

Dakwahtainment adalah suatu konsep yang memadukan kegiatan dakwah atau penyebaran Islam dan hiburan melalui siaran televisi (Sofjan dan Hidayati, 2013: 91). *Dakwahtainment* merupakan program siaran yang bernuansa religi yang dapat dikategorikan sebagai siaran dakwah Islam, tetapi sekaligus juga sebagai hiburan (Saefulloh, 2009: 256). *Dakwahtainment* didefinisikan sebagai suatu konsep yang memadukan penyebaran Islam dan bentuk-bentuk siaran hiburan yang tak terhitung banyaknya melalui medium televisi, yang memungkinkan jutaan pemirsa di rumah menonton, menerima dan menangkap pesan-pesan mereka (Sofjan dan Hidayati, 2013: 59).

2. Program *Dakwahtainment*

Berdasarkan definisi *dakwahtainment*, banyak program yang menunjukkan hubungan antara agama dan televisi. Program tersebut antara lain film, sinema, sinetron serupa dengan opera sabun di tempat lain, *reality show*, *doc-dramas*, *gameshows*, *infotainment*, dan genre-genre lain yang menyebarkan agama Islam secara masif di Indonesia. Di bawah ini adalah deskripsi beberapa genre dan program yang jelas-jelas memasukkan agama ke dalam daftar acara mereka:

a. Film dan sinetron

Perkembangan agama dan televisi yang paling mencolok pasca-reformasi adalah maraknya film dan sinetron Islami. Selain film layar lebar bertema Islam yang disadur dari novel seperti *Perempuan Berkalung Sorban*, *Ayat-Ayat Cinta*, *Negeri Lima Menara*, dan lain-lain. Sejumlah sinetron bertema serupa juga membanjiri televisi Indonesia. Judulnya sudah tegas menunjukkan hakikat, orientasi dan isi program-program tersebut. Beberapa diantaranya adalah: *Para Pencari Tuhan*, *Tukang Bubur Naik Haji*, *Ustadz foto copy* dst.

Banyak dari sinetron sanggup menghasilkan 300 sekuel atau lebih. Dari segi tema, sinetron-sinetron ini sering mengikuti alur kedudukan atau kepasrahan kepada kehendak Allah, kesabaran dan kemurahan hati dalam menerima tekanan, pertobatan dan pembebasan dari cara hidup yang melanggar aturan agama serta dilema dalam cinta dan perkawinan dalam Islam. Salah satu yang sangat khas dan ditemui hampir dalam semua sinetron Islami antara lain adalah penampilan pakaian perlengkapan dan asesoris Islami sesuai mode paling mutakhir yang dikenakan oleh para aktor dan aktris pemeran sinetron tersebut.

b. Doc-drama Mistik

Penekanan matan religius di televisi mencakup intensifikasi atau Isa dibilang obsesi orang Indonesia terhadap segala hal mistis dan takhayul. Program seperti ini biasanya membawa para pemirsa berpesiar ke dunia tak kasa mata. Program ini diantaranya *Dunia Gaib*, *Dunia Lain dan Pemburu Hantu*. Keseluruhan program ini selalu melibatkan satu orang atau lebih ustadz atau kiai, yang diduga mengetahui jalan-jalan mistik, dan dapat melihat, berkomunikasi dan berhubungan, sering dengan cara yang dramatis, dengan makhluk-makhluk dari dunia lain.

c. *Reality Game Show* Islami

Para eksekutif televisi juga tidak lupa memasukkan agama ke dalam *Realty Show* di televisi. Salah satu contohnya adalah *pemilihan Da'i Kecil* (disingkat dengan *Pildacil*) yang tayangkan di ANTV. Program ini memenuhi segala aspek *Reality Games Show*. Program ini dirancang sebagai sebuah kompetisi antar kontestan. 'Bakat' mereka diperagakan di hadapan penonton secara langsung dan di hadapan dewan juri yang biasanya terdiri dari para artis kaya dan terkenal serta da'i selebriti.

d. *Infomercials* Penyembuhan Aternatif

Agama di televisi juga hadir dalam program *informercial* "kesehatan dan kekayaan" yang makin marak.

Program ini sebagian besar dihubungkan dengan promosi cara penyembuhan alternatif untuk mencapai kebahagiaan melalui kesehatan dan kekayaan. Penyembuhan alternatif tersebut dilakukan melalui cara-cara metafisik bagi para pasien yang datang ke klinik atau padepokan (sekolah bela diri tradisional Jawa) untuk mencari jawaban atas kegagalan mereka mencapai kesehatan dan kekayaan. Beberapa pasien yang datang atau menelepon langsung biasanya mengeluhkan tumor, kanker, stres, depresi karena lesu dan tidak mampu berkonsentrasi di sekolah atau di tempat kerja. *Infomercial* biasanya juga melibatkan orang-orang saleh yang bertindak sebagai guru spiritual yang dapat menyembuhkan massa dari kesengsaraan mereka dalam kehidupan. Sering kali, sang guru spiritual berhadapan dengan para “pasien” yang diketahui atau diduga dirasuki oleh roh-roh jahat. Tanggapan yang lazim kepada masalah demikian adalah melakukan apa yang disebut *ruqyah*, sebetulnya pengusiran setan secara Islami. Yang diduga dipraktikkan oleh Nabi Muhammad.

e. Islam dalam Iklan

Komersialisasi produk-produk di televisi atau di media lain di Indonesia tidak luput dari pengaruh agama. Banyak ustadz dan ustadzah selebriti sering berpartisipasi dalam mempromosikan produk-produk yang mewakili

segmen pasar mereka masing-masing. Mamah Dedeh, misalnya, diasosiasikan dengan produk *Cap Kaki Tiga*, minuman herbal transparan, yang dianggap dapat membantu orang yang menderita panas dalam, sariawan dan banyak penyakit lainnya. Ustadz Nur Maulana yang sangat bersemangat digunakan oleh *Telkomsel* untuk mempromosikan layanan telekomunikasinya, sambil menggambarkan latar seakan-akan dia dan jemaahnya sedang naik haji di tanah suci (Sofjan dan Hidayati, 2013: 44-50)

3. Metode *Dakwahtainment* di Televisi

Bila menyimak model dakwah yang ada di Indonesia, maka model dakwah di Televisi terus mengalami perkembangan yang tujuannya untuk menciptakan minat yang besar bagi masyarakat sebagai konsumen. Model dakwah *pertama*, yaitu monolog, dakwah hanya satu arah, namun model tersebut dirasa kurang komunikatif meskipun model dakwah ini berlangsung cukup lama di pertelevisian Indonesia.

Model dakwah *kedua*, dialog. Model dakwah seperti ini lebih komunikatif, karena terjadi diskusi antara pembicara dengan pemirsa sehingga terasa lebih efektif dan mengena. Pada perkembangan model dialog saat ini banyak memanfaatkan model diskusi *by phone* yang melibatkan pemirsa di rumah. Kemudian dakwah tematik. Dakwah dengan model tematik

terkesan lebih realistis di mana tema yang diangkat berdasarkan persoalan-persoalan yang riil terjadi di masyarakat sebagai mad'u.

Dakwah melalui sinetron, penayangan sinetron religi sebagai media dakwah sangat tepat ketika harus memanfaatkan media elektronik sebagai sarana dalam menyampaikan pesan dakwah yang dianggap efektif. Tidak tersampainya pesan dakwah yang dikemas melalui sinetron religi disebabkan adanya ketidaksinambungan peranan individu dalam siaran bertema dakwah tersebut yang dalam hal ini adalah artis maupun aktor yang terlibat didalamnya dengan pesan dakwah yang disampaikan. Perilaku para artis maupun aktor yang tidak islami seperti kehidupan yang hedonis, lemahnya hijab, serta kontaminasi budaya barat yang cenderung bernuansa amoral menyebabkan pesan dakwah menjadi lemah dan bahkan terabaikan (Laili, 2013: 133-135).

4. Problematika *Dakwahtainment*

Dalam penerapannya, gagasan *dakwahtainment* dipandu oleh suatu prinsip yang ketat yang digunakan oleh para eksekutif media, prosedur dan tim kreatif, yang menerapkannya dalam kerangka menyajikan tuntutan dan tontonan. Dibalik layar, program-program demikian diamati secara ketat dan langsung, biasanya oleh para produser dan tim kreatif, yang mengikuti suatu logika tertentu berdasarkan segmen pasar pemirsa. Mereka

mengklaim memenuhi permintaan mayoritas penonton Muslim Indonesia yang dianggap lebih menyukai kombinasi keduanya daripada cuma menerima tuntunan tanpa tontonan. Ini sama dengan mengatakan bahwa umat Muslim Indonesia lebih senang memperoleh sedikit ilmu agama secara teratur daripada kehilangan kesempatan untuk mendapatkan hiburannya juga.

Lantaran sifat dasar dan karakteristik ini, *dakwahtainment* secara mencolok kekurangan substansi dan lemah dari segi penyampaian ajaran-ajaran agama dan nilai-nilai normatif. Banyak program yang tergolong dalam genre *dakwahtainment* ini, sebagian besar membahas isu-isu sepele, tak relevan dan tak berkaitan, sambil menggunakan metode-metode penyampaian pesan agama yang terlalu disederhanakan. Terlebih lagi, pesan-pesan itu sering berulang-ulang dan menjemukan. Berkaitan dengan hal tersebut, salah seorang komisioner KPI (2010-2013), Ezki Suyanto menyatakan dengan nada kekecewaan bahwa program-program *dakwahtainment* di televisi kecuali segelintir, antara lain yang diasuh oleh Profesor Quraish Shihab atau Profesor Nasaruddin Umar pada hakikatnya mengurangi bukannya meningkatkan religiusitas di kalangan pemirsa yang beriman. Fenomena demikian bukan hal baru baik bagi *infotainment* maupun bentuk-bentuk program televisi lainnya yang mengesankan proses “pendangkalan” yang sistematis (Stockwell 2004) di kalangan penonton, yang dalam

banyak hal mempengaruhi cara program televisi diproduksi dan dipasarkan (Sofjan dan Hidayati, 2013: 59-61).

BAB III
PERSEPSI ANGGOTA KPID SEMARANG
TENTANG *DAKWAHTAINMENT* DI TELEVISI

A. PROFIL ANGGOTA KPID

1. Budi Setyo Purnomo, S.Sos. M.Ikom

Ketua KPID Jawa Tengah periode 2014-2017 ini lahir di Semarang pada tanggal 2 September 1968, Lulus pendidikan S1 Fisip Komunikasi Undip pada tahun 2007 kemudian melanjutkan pendidikan S2 Komunikasi UNDIP dan lulus dengan IP 3,50 pada tahun 2011. Selain sebagai dosen di Fakultas Komunikasi UNPAND, juga sebagai Redaktur Senior Cempaka dan Wakil Pemimpin Perusahaan Suara Merdeka Group.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan antara lain adalah penelitian beras herbapodi di Thailand pada tahun 2013, penelitian tentang penyiaran RPM Malaysia, Penelitian tentang radio dan televisi di Joho, Malaysia, Penelitian TV berjaringan di SCTV, Metro TV dan Trans TV serta riset tentang Citizen Journalism PPWI.

Selain melakukan penelitian aktif juga mengikuti seminar-seminar tentang jurnalistik, fotografi dan budaya keroncong. Pada tahun 2010 mengikuti diskusi yang bertajuk Jurnalis radio dan televisi di Malaysia. Beberapa tulisan yang pernah dibuat antara lain adalah Fenomena film horror, PPWI

Hantu Citizen Journalism serta Anda'i Media Penyiaran Peduli Pendidikan Budi Pekerti.

2. Asep Cuwantoro, S.Pd.I., M.Pd.

Lahir di Brebes pada tanggal 12 April 1983. Koordinator Bidang Penataan Infrastruktur Isi Siaran KPID Provinsi Jawa Tengah yang telah menjabat hampir setengah tahun ini dan tergolong Komisioner termuda. Dalam *biografi Asep Cuwantoro* telah menempuh pendidikan dasar pada tahun 1995 hingga pendidikan menengah atas tahun 2001 di Kabupaten Brebes tepatnya Kecamatan Banjaran dan Salem. Setelah itu tahun 2007 melanjutkan ke Perguruan tinggi Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo, dan tahun 2010 lulus Pascasarjana di UNNES.

Berdasarkan Riwayat pekerjaannya dari tahun 2010 hingga sekarang ini beliau adalah Dosen di STAI Matholi'ul Falah di Kabupaten Pati, Selama masa kuliah banyak kursus dan pelatihan yang telah diikutinya seperti Pendidikan Kader Lanjut, Training Of Trainer, Workshop Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan, Pelatihan Presenter dsb. Selain itu beliau juga kerap menjadi Narasumber, Juri, Pemateri serta Moderator di berbagai kegiatan, seminar, loka karya dalam negeri dan luar negeri.

3. Setiawan Hendra Kelana, S.Kom

Koordinator Bidang Pelayanan Perijinan KPID Jawa Tengah Periode 2014-2017 ini lahir pada tanggal 21 Juni 1975 di Semarang. Lulus S-1 tahun 2000 di Universitas Dian Nuswantoro

Fakultas Teknik Informatika yang sebelumnya adalah STIMIK Dian Niswantoro Semarang. Selain pernah menjadi Redaktur Nasional Suara Merdeka dan Kepala Biro Kota Suara Merdeka, saat ini menjabat sebagai Pemimpin Redaksi Suara Merdeka CyberNews.

Kegiatan jurnalistik yang pernah diikuti antara lain sebagai pembicara pada seminar Manajemen Media Massa yang digelar oleh KDW Jawa Tengah, Cara Mudah Menulis Berita, Jurnalisme Online, Pedoman Media Cyber, Mengenal Dinamika Media Online Indonesia serta mengikuti Konferensi Media Digital di Hongkong. Tulisan yang pernah dimuat antara lain adalah Menjaga Fitrah Manusia yang terbit di Suara Merdeka dan Mendisiplinkan Pengendara dan Pejalan Kaki.

Selain sebagai Pemimpin Redaksi Suara Merdeka CyberNews, aktivitas lainnya antara lain sebagai Ketua Komisi Tetap Multimedia dan Penyiaran KADIN Jawa Tengah, Wakil Ketua KNPI Jawa Tengah, Humas Badan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah serta Anggota Kelompok Diskusi Wartawan Jawa Tengah.

4. Tazkiyyatul Muthmainnah, SKM

Koordinator bidang Aduan dan Pengawasan KPID Jawa Tengah Periode 2014-2017 ini lahir di Blora pada tanggal 17 Februari 1979. Lulus dari UNIMUS Semarang pada tahun 2011. Selain sebagai Direktur CV. Tazkya Laa Raiba juga bekerja di

SNIP LP Ma'arif NU Jawa Tengah. Aktif di beberapa organisasi antara lain IPPNU Kabupaten Blora, PW IPPNU Jawa Tengah, FKDM Jawa Tengah, PW Fatayat NU Jawa Tengah serta FKUB Generasi Muda Jawa Tengah.

Beberapa seminar dan Lokakarya yang pernah diikuti antara lain, Training Jurnalistik Pesantren di Yogyakarta, Seminar Kebebasan Pers dan Demokrasi, Training Pelajar Melek Media, Peran Pemuda dalam Menanggulangi Radikalisme Agama demi Keutuhan NKRI serta Workshop Effective School Improvement.

Aktif menjadi penulis di Suara Merdeka, antara lain Kembali Merebut Pendengar pada tahun 2013, PILGUB Abai Perempuan, Titik Temu Non Teologis, Menegaskan Arah Perjuangan IPPNU serta Kegelisahan IPPNU, Kegelisahan Aktivis.

5. Dini Inayati, ST

Lahir di Purwokerto, 16 Desember 1980. Merupakan lulusan sarjana teknik lingkungan Universitas Diponegoro Semarang pada tahun 20014. Selain menjadi direktur PATTIRO Semarang, juga bekerja sebagai Manajer Program Inisiatif Masyarakat Sipil dalam Mempromosikan Pemerintahan di Pemerintahan Daerah Melalui Reformasi yang Efektif dan Efisien di Sektor Pendidikan, Kesehatan dan Infrastruktur-Patnership

RtRC. Selain itu juga menjadi anggota dewan kesehatan Semarang.

6. Muhammad Rofiudin, M.Ikom

Lahir di Blora, 5 Mei 1982. Dunia media massa/pers ia kenal sejak akhir 2005 saat menjadi koresponden Tempo di Tegal dan sekitarnya. Sempat ikut pendidikan wartawan Tempo di Jakarta selama tiga bulan. Setelah itu, pada pertengahan 2006, menjalankan tugas sebagai jurnalis Tempo di Semarang dan sekitarnya. Karena menjadi komisioner KPID Jawa Tengah periode 2017-2020, ia mundur dari jurnalis Tempo.

Pendidikan formalnya di Madrasah Ibtida'iyah, Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah Negeri Lasem, Rembang. Setelah itu, di Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang (2000-2007). Pada 2009, melanjutkan kuliah di Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro Semarang.

Riset tesisnya yang berjudul: Menelusuri Praktik Pemberian Amplop Kepada Wartawan di Semarang (2011) diterbitkan menjadi buku oleh Dewan Pers dengan judul: *Wartawan dalam Kepungan Suap: Kuasa Amplop Narasumber dalam Habitat Wartawan* (2013).

Kini, ia menjadi dosen tamu di Jurusan Ilmu Komunikasi Undip (2011-sekarang), jurusan komunikasi Universitas Katolik Soegijopranoto, dan jurusan komunikasi Universitas Pandanaran Semarang.

Aktivitas yang pernah dijalani antara lain: Ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Semarang 2013- 2016), Koordinator Komite Penyelidikan dan Pemberantasan Korupsi Kolusi dan Nepotisme (KP2KKN) Jawa Tengah 2015 dan lain-lain.

7. Sonakha Yuda Laksana, SE

Lahir di Semarang 2 Oktober 1978, menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Undip tahun 2003. Mengawali karier di unit riset kelompok majalah Kompas Gramedia Grup. Saat ini selain sebagai direktur Lembaga Pengembangan Masyarakat Mandiri Indonesia, juga sebagai pengajar di lembaga pendidikan Bhakti Nusa, ketua PNTI Kabupaten Kendal, dan direktur Laksana Jaya Mandiri.

Aktif dalam kegiatan literasi media khususnya pada anak, riset konten pada majalah anak, dan terakhir mengikuti kursus tentang pengaruh media terhadap terjadinya konflik dan upaya perdamaian “*Sustainable Reconciliation Peace And Conflict Analysis*” di Siem Riep Kamboja.

B. DAKWAHTAINMENT METODE CERAMAH

1. Islam Itu Indah

Program acara *Islam itu Indah* adalah program acara berupa siaran rohani Islami yang ditayangkan oleh stasiun televisi swasta yaitu Trans TV. Tayang setiap hari pukul 05.00-06.00 WIB. Program acara *Islam itu Indah* ini dibawakan oleh Ustadz

Maulana, Ustadz Syam serta Oky Setiana Dewi yang menampilkan dakwah dengan daya yang berbeda, salah satunya Ustadz Maulana dengan slogan “Jamaah oh jamaah Alhamdulillah”. Program acara menghadirkan beberapa bintang tamu dari kalangan selebritis. Pada akhir acara ustadz memimpin jamaahnya yang hadir merenung bersama yang diiringi dengan lantunan do’a yang diucapkan Ustadz.

Acara Islam itu Indah di Trans Tv merupakan acara yang penyajiannya bertemakan religi pada setiap episodenya. Walaupun acara ini disajikan bertemakan religi namun acara ini terkesan sebagai tayangan yang ringan dan menghibur. Karena dalam acara *Islam itu Indah* Ustadz menyampaikan pesan menggunakan bahasa yang ringan, mudah dipahami dan gaya yang menghibur. Materi yang disampaikan mudah dicerna oleh penonton karena penuh dengan humor.

C. PERSEPSI ANGGOTA KPID TENTANG DAKWAHTAINMENT DI TELEVISI

1. Persepsi Budi Setyo Purnomo, S.Sos. M. Ikom

- a. Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Budi setyo purnomo mengatakan bahwa *dakwhtainment* di televisi sudah menjamur oleh sebab itu,

menambah terobosan baru merupakan hal yang lebih baik apalagi untuk pengetahuan Islam. Salah satu program acara *Islam itu Indah* merupakan salah satu program *dakwahtainment* yang dapat menghibur serta memberi pengetahuan agama. Selain itu, kemasan dari program tersebut juga menarik perhatian penonton sehingga penonton tidak mudah bosan jika menontonnya.

- b. Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Budi menyikapinya melihat dari ustadz yang mengisi acara seperti Ustadz Maulana memiliki ciri khas, dari tutur katanya, gaya dalam menyampaikan dakwahnya hingga humor yang disampaikan terhadap penonton. Jika dilihat dari metodenya, *dakwahtainment* yang ada dalam program acara *Islam itu Indah* apalagi ketika yang menyampaikan ustadz Maulana sudah tepat karena sekarang pemirsa cenderung lebih butuh hiburan daripada isi yang disampaikan.

- c. Penilaian anggota KPID Jawa Tengah *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Dilihat dari penyampaian sang da'i dalam program tersebut da'i terutama jika dilihat dari segi isi meskipun penonton butuh hiburan setidaknya penonton haruslah diberi

isi ceramah dengan sumber data yang jelas jika ustadz yang menyampaikan Ustadz Maulana.

2. Persepsi Setiawan Hendra Kelana, S.Kom

- a. Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Kelana mengungkapkan bahwa program *Islam itu Indah* adalah program siaran dakwah yang berbentuk ceramah tetapi lebih banyak hiburannya. Ketika dakwah sudah masuk kedalam acara televisi maka dakwah yang disampaikan tidak akan luput dari hiburan, karena salah satu fungsi televisi yakni memberikan hiburan yang sehat. Selain itu, dakwah yang monoton misal dakwah satu arah dimana hanya terdapat da'i sendiri biasanya segmentasi penontonnya berbeda. Jadi ketika ada yang bilang dakwah di televisi mengkerdikan mungkin mereka belum paham dengan sasaran pihak produksi acara.

- b. Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Dakwah disampaikan secara umum sudah mengajak pada kebaikan selagi itu tidak membahas perbedaan suku, agama, ras, dan antar golongan karena terdapat dalam BAB IV pasal 6 ayat 2 dimana program siaran dilarang merendahkan dan/atau melecehkan: a. Suku, agama, ras dan

antargolongan; b. Individu atau kelompok karena perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, usia, budaya, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.

- c. Penilaian anggota KPID Jawa Tengah *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Jika dilihat dari ustadz yang menyampaikan, sudah cukup baik karena mempunyai ciri khas tertentu yang menjadi daya tarik bagi mad'u. Ciri khas ini menjadi penting bagi da'i, karena jika da'i mudah diingat mad'u maka pesan yang disampaikan bisa mempunyai peluang yang lebih besar untuk diterima dan diingat oleh mad'u. Tetapi, dilihat dari metodenya, dakwah yang disampaikan menggunakan metode ceramah seperti ceramah di majelis akbar akan tetapi acara tersebut disetting dengan memasukkan penonton serta artis yang berganti-ganti sebagai bintang tamunya. Selain itu khusus ustadz Maulana, menurut Kelana terjadi inkonsistensi yang menunjukkan bahwa ia kurang memaknai dakwah yang disampaikan, misalnya Ustadz Maulana seringkali terlihat berusaha menghibur mad'u dengan menyampaikan beberapa kalimat gurauan namun diakhir ia mengajak mad'u untuk menaangis. Namun demikian, semua kembali dengan bagaimana sang da'i menggunakan metode ceramah yang digunakan bisa jadi dengan cara tersebut membuat sang da'i lebih membuat penonton tertarik.

3. Persepsi Asep Cuwantoro, S.Pd.I., M.Pd.

- a. Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Asep cuwantoro mengungkapkan bahwa *dakwahtainment* yang terpenting pada esensinya, esensi yang dimaksudkan yakni materi, kualitas dakwahnya, serta kekreatifan. Untuk program acara *Islam itu Indah*, merupakan salah satu program yang kreatif, karena audiens hadir diruangan dan juga melakukan tanya jawab seputar Islam melalui sambungan telepon seluler, hal tersebut merupakan pengembangan dari dakwah yang sesuai dengan zaman maupun era informasi saat ini, untuk mengisi ruang pengetahuan masyarakat awam mengenai keIslaman.

- b. Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Asep menyampaikan bahwa meskipun dakwah sudah bisa dilakukan melalui program acara dalam televisi, jika dilihat materinya terlebih sudut pandang pertelevisian mereka sudah menyesuaikan hanya saja dilihat dari segi rujukan belum detail. Misal, rujukan dari sebuah kitab, jika dalam Al-Qur'an seharusnya disebutkan Qur'an tafsir siapa. Contoh "seperti yang terkandung dalam al-quran surat kesekian ayat sekian yang artinya...." harus lebih jelas, tidak

hanya menyebutkan Al-Qur'an, ayat beserta arti tapi juga disebutkan asbabun-nuzul minimal tafsir yang digunakan. Tafsir penting untuk disebutkan karena setiap tafsir memiliki beda pemaknaan, bila dijelaskan maka tidak timbul multitafsir.

- c. Penilaian anggota KPID Jawa Tengah *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Jika dilihat dari metodenya, *dakwahtainment* dengan metode ceramah bergantung pada siapa yang membawakan dan siapa yang menangkapnya. Misalnya program *Islam itu Indah* jika yang melihat orang akademis mereka memahami bahwa acara tersebut lebih banyak cerita di banding materinya.

Berhubungan dengan metode berhubungan juga dengan da'i. Ada dua tren yakni yang benar-benar untuk pengembangan dakwah atau memang itu hanya untuk tren saja. Misalnya ada audisi da'i, audisi tersebut masih dapat dipertanyakan yang dicari pendakwah yang profesional atau hanya memenuhi tren yang sedang berkembang dimasyarakat. Asep tidak sependapat dengan label ustadz yang di dapat dengan mudah, padahal pada dunia pesantren label ustadz dan kiyai sangat mahal karena yang menjuluki publik bukan lembaga. Oleh sebab itu ada beban untuk mendapat julukan ustadz. Dalam wawancara Asep juga

menyampaikan bahwa sebenarnya ustadz yang tayang di televisi benar-benar syiar atau memanfaatkan gelar ustadz yang didapat untuk pekerjaan. Namun demikian ada juga ustadz yang di televisi benar-benar ustadz yang melakukan syiar karena agamanya. Alasannya pun dicontohkan seperti ustadz AA Gym yang memiliki santri dan pondok pesantren. Tidak seperti anak muda yang tidak punya santri, tidak punya lembaga, dan tidak memiliki asal usul pendidikan tiba-tiba dipanggil ustadz gaul. Akan tetapi ustadz tidaklah harus lulusan pesantren bisa dari perguruan tinggi uin atau perguruan tinggi manapun. Pada hakikatnya, yang perlu ditekankan adalah pengakuan dari masyarakat bahwa julukan ustadz bukanlah pemberian televisi maupun radio, melainkan publik. Untuk Ustadz Maulana yang ada di program acara *Islam itu Indah* sebenarnya sudah menyampaikan pesannya dengan baik karena sikapnya yang *friendly* akan tetapi ditekan pada materi masih belum disampaikan dengan terperinci seperti dalam acara dakwah di pesantren.

Program acara dengan metode ceramah selain da'i yang melakukan ceramahnya, dihadirkan pula audien/mad'u/komunikan yang datang langsung meskipun acara dalam program ditayangkan dengan settingan. Misal dalam acara *Islam itu Indah* menghadirkan audien agar dapat

berinteraksi langsung dan tanya jawab. Ada juga yang melakukan telepon inetaktif. Meskipun begitu harus ada terobosan baru yang berhubungan dengan program dakwah yang benar- benar menghibur.

Materi yang cocok dalam *dakwahtainment* pun merupakan materi yang menghibur agar ada yang tertarik dengan materi. Ini adalah salah satu fungsi radio dan televisi yakni memberikan hiburan yang sehat. Selain materinya yang dapat menghibur kemasan acara juga harus lebih kreatif, maka dari itu harus ada pembaharuan. Topik yang sama namun kemasan yang berbeda agar tidak monoton. Kembali dengan fungsi radio dan televisi, Asep menyampaikan pula bahwa program acara yang tayang harus dapat menyeimbangkan antara unsur dakwah dan unsur hiburan jika dipresentasikan antara hiburan dan dakwah masing-masing 50%: 50%.

4. Persepsi Tazkiyyatul Muthmainnah, SK

- a. Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Program *Islam itu Indah* merupakan salah satu program acara dakwah yang menarik untuk diikuti walaupun sudah banyak program acara seperti program tersebut, untuk

pemirsa pastinya punya sesuatu yang berbeda yang membuat acara tersebut disukai.

Dakwah di televisi yang menggabungkan antara dakwah dengan hiburan menggunakan metode ceramah tidak masalah dengan syarat penonton menerima dengan segmentasi berbeda dari menengah keatas, menengah kebawah, orang tua, anak muda, karena hal tersebut televisi harus jeli dengan sasaran. Program *Islam itu Indah* memiliki metode dakwah dengan ceramah yang unik, di dalam program tersebut memiliki icon nya sendiri. Yang mana orang akan lebih mengingat penceramahnyanya seperti Ustadz Maulana. Dilihat dari berjalannya acara, ada segmen dimana sang Ustadz memberi nasihat pada bintang tamu, bagian tersebut terlihat didramatisir seakan dibuat paksa.

- b. Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Tazkiyyatul Muthmainnah, SKM mengungkapkan dakwah yang dapat diterapkan di televisi saat ini yaitu dakwah dengan konten agama namun memiliki kemasan yang bisa diterima oleh masyarakat dan dapat menghibur namun tidak berlebihan.

Adanya dakwah di televisi yang menggabungkan dakwah dengan hiburan (*dakwahtainment*) sudah bagus, namun perlu diperhatikan ghiroh yang muncul agar tidak

berlebihan. Dalam UU penyiaran menyampaikan bahwa lembaga penyiaran harus menjadi perekat masyarakat, perekat sosial, namun ada beberapa yang justru dakwah itu mengangkat hal yang tidak diperbolehkan sehingga pihak KPI memberikan teguran kepada beberapa acara tersebut. Membahas tentang perbedaan kelompok misalnya “al-Fatihah kepada yang sudah meninggal tidak sampai” itu tidak boleh disampaikan lewat frekuensi republik dan itu adalah hal yang khilafiyah yang merupakan perbedaan. Dakwah harus menyejukkan bukan menimbulkan permasalahan, artinya ada batasan-batasan tertentu dalam berdakwah melalui frekuensi radio dan televisi yaitu tidak boleh menyinggung hal-hal yang bersifat perbedaan.

Da’i selebriti harus memiliki kapasitas ilmu tentang agama, serta paham metode dakwah. Da’i selebritis berbeda dengan selebritis biasa, dia harus menjaga *image* sebagai seorang pendakwah, karena ekspektasi masyarakat yang tinggi. Sehingga beberapa pihak tidak menyetujui ketika ada da’i-da’iyah yang dimaksud adalah da’i yang tidak memiliki kapasitas agama hanya hapal beberapa dalil.

Program *dakwahtainment* di televisi menghadirkan mad’u dari berbagai wilayah, hal ini tidak menjadi sebuah permasalahan jika tidak merugikan masyarakat. Kehadiran mad’u langsung ke studio dapat mempengaruhi program

dakwah tersebut, karena produser dan tim kreatif harus meningkatkan pengawasan, lembaga penyiaran harus memiliki sensor internal. Sensor internal yang dimaksud yaitu bagaimana mereka memiliki kontrol terhadap program yang sedang berjalan karena program tersebut harus patuh dengan P3SPS.

Da'i selebriti terkadang memberi materi yang belum sesuai dengan problematika masyarakat, dilihat dari segi rujukan yang dibawa misal al-quran tafsir yang digunakan belum begitu rinci dan tidak menunjukkan asal tafsir yang digunakan.

Materi yang cocok ditampilkan di televisi yaitu materi yang edukatif, harus ada pembaharuan dari segi kemasan meskipun dengan topik yang sama. Metode ceramah dalam *dakwahtainment* tidak harus ceramah karena beberapa pihak berharap untuk konten agama bisa didakwahkan melalui program yang berbeda seperti sinetron.

Adapun pesan yang disampaikan dalam program *Islam itu Indah* pesannya ringan. Ustadz sering memberikan contoh dimana sering kita temui hal serupa dengan yang dicontohkan Ustadz. Ditegaskan dalam hal tersebut menyatakan bahwa segmentasi acara tersebut orang awam sehingga bahasanya ringan dan untuk orang akademik ataupun orang yang paham agama mungkin kurang menarik.

Gerakan-gerakan yang dilakukan sang Ustadz begitu unik membuat yang menonton akan lebih fokus dengan gerak-gerik dan lawakannya.

- c. Penilaian anggota KPID Jawa Tengah *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Tampilan *dakwahtainment* perlu ditingkatkan mulai dari konten yang tidak memiliki esensi seperti tidak mengundang ulama yang berkompeten. Persentase unsur dakwah dalam *dakwahtainment* yaitu 80% materi dan 20% hiburan. Acara agama selalu ditayangkan pada pagi hari atau siang hari, karena televisi masih menggunakan rating sehingga acara dakwah tidak mendapatkan waktu primetime.

5. Persepsi Dini Inayati, ST

- a. Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Munculnya program acara dakwah maka muncul pula da'i selebriti. Tidak dapat pungkiri dengan adanya da'i selebriti maka tidak sedikit pula masyarakat yang memiliki idola tokoh berbasis agama. Da'i memiliki arti menyampaikan. Dalam konteks Islam yaitu menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Menyampaikan tidak harus langsung dari kata-kata, ada yang dari tulisan, orang juga ada menyampaikan dengan bersuara atau berlagu

(bernyanyi) itu termasuk seperti Opick. Namun demikian, banyak da'i selebriti yang terkena kasus kemudian mengurangi rasa percaya terhadap khalayak. Da'i yang awalnya disegani, karena sebuah kasus menjadi kurang dipercaya. Sebab dari masalah tersebut karena cap da'i dimunculkan di televisi. Bukan masyarakat yang menginginkan seorang da'i untuk melakukan syiar di televisi. Dalam program acara *Islam itu Indah* da'i menyampaikan dakwahnya dengan metode ceramah yang barengi adanya komunikasi langsung dengan mad'u sehingga apabila penonton belum paham tentang materi yang disampaikan bisa bertanya langsung dengan da'i. Di program tersebut da'i berusaha menyampaikan materinya dengan baik hanya saja lebih terlihat unik apalagi dengan salah satu da'i yakni Ustadz Maulana yang memiliki slogan "jamaah oh jamaah". Slogannya yang khas membuat penonton tertarik menonton ditambah dengan tingkah unik sang da'i.

- b. Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Semakin maraknya acara *dakwahtainment* mengundang keinginan masyarakat untuk hadir langsung menyaksikan acara dakwah secara live di studio. Meskipun begitu banyaknya mad'u/audien/masyarakat yang menonton

di studio tidak terlalu efektif dalam meningkatkan kualitas kemasan dan kualitas program acara. Keefektifan audien yang menonton langsung hanya sebagai pendukung acara agar lebih hidup dan akhirnya khalayak jadi ikut menikmati acara tersebut. Selain itu dengan menghadirkan audien dapat membantu agar acara tidak terkesan monoton dan dapat memberikan contoh kasus yang banyak sebagai jawaban dari pertanyaan audien. Jika kasus yang disampaikan salah satunya kasus perceraian dan yang dikatakan oleh audien tidak direncanakan maka itu mengurangi kualitas acara.

- c. Penilaian anggota KPID Jawa Tengah *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Menurut Dini perkembangan dakwah yang diterapkan di televisi kurang mendalam. Kurang mendalam disini karena dakwah yang ditampilkan di televisi memiliki batasan waktu dan diselingi dengan iklan sehingga tidak memberikan pengetahuan yang lebih mendalam. Selain itu dakwah dengan metode ceramah di televisi seperti *Islam itu Indah* tidak bisa memberikan materi seperti pondok pesantren. Program *Islam itu Indah* dibuat dalam bentuk syiar kemudian memberikan pengetahuan yang terbatas, akan tetapi dengan cara tersebut sudah lebih baik.

6. Persepsi Muhammad Rofiudin, M.Ikom

- a. Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Program acara *Islam itu Indah* merupakan program acara *dakwahtainment* yang menampilkan da'i sebagai narasumber untuk melakukan ceramah tetapi diselengi dengan hiburan seperti salah satu yang dilakukan oleh Ustadz Maulana ketika berdakwah mencoba menghibur mad'unya dengan slogannya yang terkenal yakni “jamaah oh jamaah, alhamdulillah”. Jika dilihat dari jalannya acara sebenarnya sudah baik, hanya saja untuk acara settingan dan dari segi pesan dakwah masih belum memenuhi problematika umat. Maksudnya dakwah tidak disampaikan secara detail hanya dalam bentuk cerita kemudian menyebutkan dalil tanpa penjelasan sumber dalil. Jika hadits tidak menyampaikan asal hadits shohih atau tidaknya.

- b. Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Rofi menganggap dakwah di televisi bukan suatu hal yg baru. Kemunculannya dirasa sangat berbeda karena dakwah televisi mengalami inovasi, yakni penggabungan antara dakwah dan hiburan sehingga lahir istilah *dakwahtainment*. Ada yang dilakukan secara serius, ada

yang sambil guyonan, ada juga yang dengan cara menghibur. Yang terpenting materi dakwah dapat dipahami oleh umat. Seperti yang diketahui ada beberapa walisongo yang melakukan dakwah dengan cara hiburan. Melalui wayang, atau bahkan nyanyian tembang yang menghibur. Tapi, didalamnya terselip nilai-nilai perjuangan, nilai-nilai ibadah dan lain-lain. Jadi, dakwah dengan cara hiburan merupakan sesuatu yang biasa, namun harus yang sewajarnya, tidak berlebih-lebihan. Misalnya, hiburan yang mengesankan adanya kehidupan glamor. Padahal, dalam agama, glamor sesuatu yang tidak baik.

Adanya *dakwahtainment* sudah wajar, maka tidaklah aneh jika banyak kemunculan da'i selebriti. Namun yang perlu digaris bawahi yakni seseorang bisa menjadi da'i haruslah memahami secara mendalam tentang ilmu agama. Sebab apa yang disampaikan oleh da'i akan menjadi acuan bagi seseorang melakukan tindakan. Sementara tingkat pendidikan masyarakat kita masih agak rendah sehingga mereka cenderung mudah ikut arus. Untuk itulah, idealnya seseorang yang menjadi da'i tak hanya sekedar orang yang pandai "omong" tapi juga orang yang sudah mendalami agama. Sebenarnya, siapapun bisa menjadi da'i, termasuk selebriti. Yang terpenting, mereka yang menjadi da'i itu orang yang sudah paham betul mengenai ilmu-ilmu agama.

Dalam acara *Islam itu Indah* da'i yang sudah terkenal dengan slogannya seperti Ustadz Maulana menyampaikan dakwah dengan isi dakwah yang ringan, akan tetapi tidak menjelaskannya menggunakan data yang jelas apalagi sumber hadits. Alasannya karena segmentasi masyarakat yang masih awam. Jika dilihat dari segi metode dakwah, program acara *Islam itu Indah* menggunakan metode ceramah seperti pada umumnya. Hanya saja ceramah yang dilakukan dicampuri dengan guyonan serta gerak-gerik tubuh yang unik sehingga dapat menarik penonton. Selain itu ceramah disetting dengan menghadirkan bintang tamu. Kembali dengan kebutuhan masyarakat, masyarakat butuh mengkonsumsi informasi-informasi tentang agama. Namun masih ada yang menyukai kemasan, bukan isinya. Da'i selebriti bagian dari acara dakwah yang menggunakan kemasan yang menarik. Seperti program acara *Islam itu Indah*, acara dakwah tapi melibatkan seorang artis. Jadi kemasan ini yang masih dilirik oleh pemirsa. Sebagai orang yang paham harus bisa memaklumi, tingkat pendidikan masyarakat Indonesia yang masih terbelah rendah. Da'i selebriti merupakan bagian dari acara yang dikemas agar menarik khalayak untuk menonton. alasannya pun karena masyarakat masih terjebak pada kemasan bukan substansi.

Siapaapun berhak menjadi da'i. Namun mereka harus memahami agama secara mendalam, tidak hanya memahami sisi luarnya saja. Karena ajaran-ajaran agama turun di ruang dan tempat yang tidak bebas nilai. Ajaran agama turun berdasarkan situasi dan kondisi tertentu sehingga Al-Qur'an memiliki asbabun-nuzul. Oleh sebab itu, memahami Al-Qur'an juga harus menggunakan kajian asbabun-nuzul hingga tafsir. Dalam hal ini yang dapat memahami asbabun-nuzul hingga tafsir orang yang paham agama. Jadi, kriteria da'i selebriti adalah mereka yang paham agama tidak hanya sekedar paham secara globalnya saja namun secara terperinci dan jelas.

Setelah da'i, unsur yang menjadi objek dakwah yakni mad'u atau dalam sebuah program acara biasa disebut audien dan dalam dunia komunikasi disebut komunikan. Program *dakwahtainment* terutama televisi, terdapat program acara yang banyak menghadirkan audien berasal dari berbagai wilayah dengan tujuan agar kemasan acara bagus dan terlihat ramai. Audien yang datang dari berbagai wilayah biasanya kebanyakan ibu-ibu, apalagi acara tersebut acara dakwah. Motivasi mereka datang ke program acarapun banyak seperti ingin ketemu artis, ingin lihat studio, ingin lihat shooting acara dan lain-lain. Mereka

menganggap acara tersebut sebagai acara wisata serta menghibur.

Kehadiran mereka (mad'u/audien) langsung ke studio secara substansi tidak dapat diprediksi bisa mendukung program *dakwahtainment* atau sebaliknya. Dukungan yang diperoleh hanyalah agar acara terlihat menarik. Namun secara substansi sebenarnya tidak menarik karena mereka cenderung menonjolkan keramaian bukan pada materi dakwahnya.

Materi yang dibawakan oleh da'i selebriti dalam acara *dakwahtainment* belum sesuai dengan problematika umat/pemirsa televisi. Materi kadang hanya sebatas pada pentingnya ibadah kepada Tuhan. Belum banyak menyentuh pada problem-problem kemanusiaan, kemiskinan, dan lain-lain. Materi yang cocok untuk acara *dakwahtainment* adalah materi yang dekat dengan problem keumatan. Problem keumatan seperti kemanusiaan, kemiskinan dan lain sebagainya. Tujuannya agar materi benar-benar riil yang memang dihadapi masyarakat sehingga masyarakat tidak hanya belajar pentingnya ibadah kepada Tuhan, tetapi juga belajar pentingnya beribadah kepada sesama manusia dan alam semesta. Hal tersebut penting karena kebersamaan antar sesama manusia saat ini semakin terancam dengan banyaknya kasus pemerkosaan terhadap anak-anak, anak

meninggalkan orang tuanya dan sebagainya. Dengan demikian, dakwah tidak hanya soal pentingnya ibadah kepada Tuhan, tapi juga ibadah kepada sesama manusia dan alam semesta.

- c. Penilaian anggota KPID Jawa Tengah *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Tampilan *dakwahtainment* di televisi Terkadang masih terjebak pada kemasan, bukan ke substansi dakwah. Jika dibuat persentase berapa persen unsur dakwah dan berapa persen unsur hiburan yang harus ditentukan oleh prosedur dan tim kreatif sebaiknya dakwahnya diperbanyak, hiburannya diperkecil. Menurut Rofi 10 persen hiburan, 90 persen dakwah. Tapi materi dakwahnya harus bisa menarik. Agar orang bisa menyaksikan acara dakwah ini. Saat ini unsur hiburannya masih terlalu menonjol. Sehingga orang menyaksikan acara dakwah termotivasi unsur hiburannya, bukan unsur materi dakwahnya.

7. Persepsi Sonakha Yuda Laksana, SE

- a. Kognisi/Pengetahuan anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Islam itu Indah merupakan program acara dakwah yang menggabungkan antara dakwah dan hiburan. Meskipun dakwah dan hiburan digabungkan, tidak sepenuhnya

menghilangkan inti dari dakwah itu sendiri. Hiburan hanya digunakan sebagai kemasan, dimana isi tetap materi dakwah.

- b. Sikap anggota KPID Jawa Tengah tentang *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Metode dakwah tayangan *Islam itu Indah* menggunakan *broadcasting publication* maka tidak terlepas dari kapitalisme media. Sehingga akan memunculkan income. Hal ini menjadi bahaya mengingat substansi dakwah yang harus disampaikan sebagai prioritas utama terhadap mad'u.

Ustadz dalam menyampaikan dakwah saat mengutip al-qur'an ataupun hadits dilafadzkan dengan intonasi yang kurang jelas atau terlalu cepat. Seyogyanya stasiun televisi dalam menghadirkan program acara keislaman memperhatikan da'i dalam hal komunikasi, informasi, edukasi (KIE). Selain itu latihan sebelum tampil dihadapan mad'u juga harus dipersiapkan sehingga materi yang berkualitas dari da'i akan menimbulkan efek behavioral dan menjadi contoh tauladan serta dapat menginspirasi masyarakat.

Masih berhubungan dengan ustadz, ustadz yang menyampaikan dakwah terlalu mendramatisir jalannya dakwah sehingga dakwah terkesan berlebihan, apalagi di akhir acara bintang tamu biasanya dibuat menangis.

- c. Penilaian anggota KPID Jawa Tengah *dakwahtainment* dalam program acara *Islam itu Indah* di TransTv

Sukses atau tidaknya acara keislaman (*Islam itu Indah*), tergantung pada pengemban dakwah/da'i, ustadz Maulana dalam berdakwah banyak mengumbar humor/candaan tawa daripada esensi/materi yang disampaikan sehingga substansi/isi dakwah menjadi berkurang. Alangkah dalam berdakwah ustadz mengingat tujuan awalnya yaitu untuk memberi ruang informasi dan mendidik khalayak untuk meningkatkan kualitas iman dan ketaqwaan sebagai seorang muslim.

BAB IV

ANALISIS PERSEPSI ANGGOTA KPID SEMARANG TENTANG *DAKWAHTAINMENT* DI TELEVISI

Televisi merupakan media yang berfungsi mengumpan dan menyebarkan informasi. Sebagai alat penyebar informasi, televisi dijadikan salah satu media dalam berdakwah dengan sebutan *dakwahtainment*. Berdasarkan hasil wawancara dengan anggota KPID Semarang dakwah di televisi dapat dilakukan tidak hanya dalam bentuk ceramah seperti dalam majelis namun bisa dalam bentuk, feature, kuis, sinetron, talkshow dan lain sebagainya hanya saja antara dakwah (materi dakwah) dan kemasannya seimbang tidak kebablasan sehingga penonton dapat tertarik untuk menikmati tayangan di televisi.

Agama dan televisi bertindak di masyarakat dengan cara yang sama. Suatu agama terdiri dari empat unsur yakni pandangan dunia yang tersusun dari suatu jaringan kepercayaan dan nilai-nilai yang saling memperkuat, pedoman moral, ritual publik periodik, dan komunitas orang beriman yang mempraktekkan ritual-ritual ini. Televisi memberikan itu (Sofjan, 2013:41). Persamaan tersebut tidak langsung dikatakan oleh komisioner namun secara tersirat dapat dikatakan bahwa mereka mengiyakan persamaan tersebut bahwa televisi dan agama sama-sama membentuk persepsi, sikap satu pendirian yang mungkin berubah. Dilihat dari ketidakinginan mereka jika acara dakwah yang disiarkan di televisi memiliki konten yang sedikit. Mereka berharap bahwa antara konten dan hiburan seimbang sehingga informasi yang disampaikan tidak

membosankan tapi tetap pada esensinya. Jika perlu antara dakwah dan hiburan dilebihkan yang dakwahnya hanya saja Indonesia tidak hanya terdapat Agama Islam tapi masih ada agama lain seperti Kristen, Hindu dan Budha.

Berkaitan dengan beragamnya agama di Indonesia juga membatasi isi dakwah yang disampaikan oleh setiap agama. Seperti yang terkandung dalam P3SPS BAB IV tentang penghormatan terhadap nilai-nilai kesukuan, agama, ras dan antargolongan pasal tujuh yang berisi tentang materi agama pada program siaran wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. Tidak berisi serangan, penghinaan dan/atau pelecehan terhadap pandangan dan keyakinan antar atau dalam agama tertentu serta menghargai etika hubungan antarumat beragama.
- b. Menyajikan muatan yang berisi perbedaan pandangan/paham dalam agama tertentu secara berhati-hati, berimbang, tidak berpihak, dengan narasumber yang berkompeten, dan dapat dipertanggungjawabkan.
- c. Tidak menyajikan perbandingan agama, dan
- d. Tidak menyajikan alasan perpindahan agama seseorang atau sekelompok orang. (P3SPS, 2012: 46).

Dakwah dengan media televisi merupakan gejala perubahan mendasar dari model produksi dakwah (dari sudut pandang Islam) dan membuat celah atau pasar baru bagi masyarakat massa (dari sudut industri media). Dakwah dengan televisi dapat dipandang sebagai sebuah bentuk industri dakwah kreatif yang ikut berperan serta melahirkan jenis

tren budaya populer baru yang diikuti oleh audiens sebagai mad'u. Dalam hal ini disebutkan bahwa kreativitas pihak industri sangat berperan penting membuat dakwah menjadi lebih menarik tanpa menghilangkan unsur dakwah. Tentunya unsur dakwah yang pada dasarnya terdiri dari media (televisi), da'i, materi, metode, kemudian ditambah dengan hiburan berubah menjadi unsur dakwahtainment. Tidak ada perbedaan antara unsur dakwah dengan *dakwahtainment* hanya saja media (media massa) dan hiburan ditambahkan dalam prakteknya. Jika dalam unsur dakwah media yang dilakukan terdiri dari *bil hal*, *bil lisan* dan *bil hikmah* dalam *dakwahtainment* media berupa talkshow, iklan, sinetron, *feature*, dan masih banyak jenis program di media televisi. Program televisi tersebut pun tidak luput dari *bil hal*, *bil lisan*, dan *bil hikmah*, hanya saja program yang tayang di televisi dalam bentuk settingan sehingga terlihat lebih dramatis agar dapat menarik khalayak sebagai mad'u.

Khalayak lebih tepatnya masyarakat Indonesia lebih menyukai dakwah yang diselingi guyonan ketimbang dakwah yang hanya isinya materi Islam saja. Seperti yang dikatakan salah satu oleh komisioner Asep mengatakan bahwa ada program yang bagus namun esensinya tidak sampai (lebih banyak guyonan ketimbang materi dakwah) tapi banyak peminat ada program yang esensinya bagus tapi kurang peminat. Kembali kepada industri pertelevisian yang selalu berusaha melihat kesempatan, mencari berbagai celah meskipun itu kecil yang terpenting dapat menguntungkan. Memanfaatkan kepercayaan (agama) menjadi salah satu cara menarik khalayak agar tidak lari dari tontonannya. Menurut

komisioner KPID Jawa Tengah Jawa Tengah dengan menggabungkan materi agama dan hiburan dapat memberikan hiburan yang edukatif sesuai dengan salah satu fungsi televisi dan radio yaitu memberikan hiburan yang sehat.

Bila dilihat dari sudut pandang atau perspektif kritis untuk memahami *dakwahtainment*, terdapat simbiosis mutualisme yakni hubungan yang saling menguntungkan. Jika dipandang dari segi positif televisi dijadikan media baru untuk dakwah apalagi Indonesia yang mayoritas Muslim memudahkan penyebaran ilmu-ilmu tentang Islam, sebagai media yang menyiarkan pemilik program siaran mendapat keuntungan sponsor jika program dakwah memiliki rating tinggi, pemasang iklan sponsor (iklannya banyak yang menonton), serta khalayak sebagai penikmat dapat terhibur sekaligus mendapat informasi baru. Namun kembali lagi dengan keprofesionalan pihak industri. Pihak KPID hanya dapat mengawasi, memberi kebijakan pelanggaran, menghentikan acara atau menskors acara. Dalam praktek, produser beserta kawan-kawan media action. Kekreatifan di pihak industri pertelevisian.

Menurut komisioner (anggota KPID) *dakwahtainment* tidaklah masalah hanya saja tidak mudah dalam memadukan esensi dakwah dengan kreatifitas tim kreatif. Dakwah dan kombinasi kreatifitaslah yang menjadi kombinasi lengkap sehingga dapat menghibur pemirsa. Alasannya pun jelas bukan bermaksud menjadikan dakwah sebagai hiburan sehingga dapat mengkerdikan esensi dakwah, tapi memang fungsi televisi

memberikan hiburan yang sehat. Jika televisi tidak memberikan balutan hiburan siapa yang akan menonton televisi maupun radio. Maka dari itu kedepannya *dakwahtainment* harus ada terobosan baru mengenai program religi yang menghibur.

Konsekuensi dakwah melalui televisi merupakan hal yang mutlak, mulai dari materi yakni banyak anggapan bahwa dakwah yang ada di televisi mengkerdikan esensi dakwah menurut komisioner semua tergantung dengan siapa yang menangkap. Ada program acara ceramah misalkan “Islam Itu Indah” sebagai kalangan akademis bisa langsung menangkap bahwa program tersebut lebih banyak cerita berbeda dengan kedalaman materi program acara seperti “Quraish Shihab” dalam menyampaikan satu tema atau topik.

Selain esensi dakwah yang dipermasalahkan dengan menjamurnya *dakwahtainment* di televisi muncul juga da’i-da’i yang sering tampil di televisi dengan sebutan da’i selebriti. Adapun da’i yang terkenal dikalangan masyarakat Indonesia seperti al-marhum Ustadz Jefri al-Bukhori (Uje), Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Arifin Ilham, Aa Gym, Ustadz Maulana, Mama Dedeh.

A. Program *Islam itu Indah* menurut anggota KPID Jawa Tengah

Membahas *dakwahtainment* tidak lengkap jika tidak membahas salah satu program *dakwahtainment*. Dalam hal ini penulis mengambil salah satu studi program acara dimana acara dakwah terkenal dengan salah satu ustadz nya yang unik, sang ustadz

memiliki slogan “jamaah oh jamaah” pembahasan tidak hanya terdapat pada sang ustadz tapi juga bagaimana program tersebut berlangsung berdasarkan pendapat para komisioner KPID Jawa Tengah.

Berdasarkan wawancara dengan komisioner, Budi mengatakan bahwa program Islam itu Indah merupakan salah satu program dakwahtainment yang dapat menghibur serta memberi pengetahuan agama. Selain itu, kemasan dari program tersebut juga menarik perhatian penonton sehingga penonton tidak mudah bosan jika menontonnya.

Kelana juga berpendapat bahwa *Islam itu Indah* adalah program siaran dakwah yang berbentuk ceramah tetapi lebih banyak hiburannya. Ketika dakwah sudah masuk kedalam acara televisi maka dakwah yang disampaikan tidak akan luput dari hiburan, karena salah satu fungsi televisi yakni memberikan hiburan yang sehat. Selain itu, dakwah yang monoton misal dakwah satu arah dimana hanya terdapat da'i sendiri biasanya segmentasi penontonnya berbeda. Jadi ketika ada yang bilang dakwah di televisi mengkerdikan mungkin mereka belum paham dengan sasaran pihak produksi acara.

Asep mengatakan bahwa program acara *Islam itu Indah*, merupakan salah satu program yang kreatif, karena audiens hadir diruangan dan juga melakukan tanya jawab seputar Islam melalui sambungan telepon seluler, hal tersebut merupakan pengembangan

dari dakwah yang sesuai dengan zaman maupun era informasi saat ini, untuk mengisi ruang pengetahuan masyarakat awam mengenai keIslaman.

Tazkiyyatul mengungkapkan program *Islam itu Indah* merupakan salah satu program acara dakwah yang menarik untuk diikuti walaupun sudah banyak program acara seperti program tersebut, untuk pemirsa pastinya punya sesuatu yang berbeda yang membuat acara tersebut disukai.

Dini mengatakan Program *Islam itu Indah* dibuat dalam bentuk syiar kemudian memberikan pengetahuan yang terbatas, akan tetapi dengan cara tersebut sudah lebih baik.

Kemudian Rofiuddin berpendapat bahwa program acara *Islam itu Indah* merupakan program acara *dakwahtainment* yang menampilkan da'i sebagai narasumber untuk melakukan ceramah tetapi diselingi dengan hiburan seperti salah satu yang dilakukan oleh Ustadz Maulana ketika berdakwah mencoba menghibur mad'unya dengan slogannya yang terkenal yakni “ jamaah oh jamaah, alhamdulillah”. Jika dilihat dari jalannya acara sebenarnya sudah baik, hanya saja untuk acara settingan dan dari segi pesan dakwah masih belum memenuhi problematika umat. Maksudnya dakwah tidak disampaikan secara detail hanya dalam bentuk cerita kemudian menyebutkan dalil tanpa penjelasan sumber dalil. Jika hadits tidak menyampaikan asal hadits shohih atau tidaknya.

Sonakha juga mengatakan bahwa sukses atau tidaknya acara keislaman (*Islam itu Indah*), tergantung pada pengemban dakwah/da'i, ustadz Maulana dalam berdakwah banyak mengumbar humor/candaan tawa daripada esensi/materi yang disampaikan sehingga substansi/isi dakwah menjadi berkurang. Alangkah dalam berdakwah ustadz mengingat tujuan awalnya yaitu untuk memberi ruang informasi dan mendidik khalayak untuk meningkatkan kualitas iman dan ketaqwaan sebagai seorang muslim.

B. Da'i dalam program acara *Islam itu Indah* menurut anggota KPID Jawa Tengah

Sebuah program acara Islam seperti Islam itu Indah dengan settingan dimana terdapat pembawa acara yang mengendarai jalannya acara dengan terdapat da'i sebagai penceramah. Namun demikian, yang menentukan sukses atau tidaknya acara terdapat pada sang da'i dari hal tersebut anggota KPID Jawa Tengah berpendapat seperti Budi sebagai Ketua KPID Jawa Tengah berpendapat bahwa Ustadz yang mengisi acara seperti Ustadz Maulana memiliki ciri khas, dari tutur katanya, gaya dalam menyampaikan dakwahnya hingga humor yang disampaikan terhadap penonton. Sedangkan Kelana berpendapat bahwa ustadz yang menyampaikan, sudah cukup baik karena mempunyai ciri khas tertentu yang menjadi daya tarik bagi mad'u. Ciri khas ini menjadi penting bagi da'i, karena jika da'i

mudah diingat mad'u maka pesan yang disampaikan bisa mempunyai peluang yang lebih besar untuk diterima dan diingat oleh mad'u.

Asep mengatakan bahwa Ustadz Maulana yang ada di program acara *Islam itu Indah* sebenarnya sudah menyampaikan pesannya *dengan* baik karena sikapnya yang *friendly* akan tetapi ditekankan pada materi masih belum disampaikan dengan terperinci seperti dalam acara dakwah di pesantren.

Tazkiyyatul berpendapat bahwa da'i selebriti harus memiliki kapasitas ilmu tentang agama, serta paham metode dakwah. Sedangkan Dini mengatakan bahwa da'i menyampaikan dakwahnya dengan metode *ceramah* yang barengi adanya komunikasi langsung dengan mad'u sehingga apabila penonton belum paham tentang materi yang disampaikan bisa bertanya langsung dengan da'i. Di program tersebut da'i berusaha menyampaikan materinya dengan baik hanya saja lebih terlihat unik apalagi dengan salah satu da'i yakni Ustadz Maulana yang memiliki slogan "jamaah oh jamaah". Slogannya yang khas membuat penonton tertarik menonton ditambah dengan tingkah unik sang da'i.

Rofiudin mengatakan bahwa da'i yang sudah terkenal dengan slogannya seperti Ustadz Maulana menyampaikan dakwah dengan isi dakwah yang ringan, akan tetapi tidak menjelaskannya menggunakan data yang jelas apalagi sumber hadits. Alasannya karena segmentasi masyarakat yang masih awam.

Sonakha *berpendapat* bahwa Masih berhubungan dengan ustadz, ustadz yang menyampaikan dakwah terlalu mendramatisir jalannya dakwah sehingga dakwah terkesan berlebihan, apalagi di akhir acara bintang tamu biasanya dibuat menangis.

C. Metode dakwah program acara *Islam itu Indah* menurut anggota KPID Jawa Tengah

Metode dakwah menurut Budi sebagai Ketua KPID Jawa Tengah yakni *dakwahtainment* yang ada dalam program acara *Islam itu Indah* ketika yang menyampaikan ustadz Maulana sudah tepat karena sekarang pemirsa cenderung lebih butuh hiburan daripada isi yang disampaikan.

Kelana mengatakan bahwa dakwah yang disampaikan menggunakan metode ceramah seperti ceramah di majelis akbar akan tetapi acara tersebut disetting dengan memasukkan penonton serta artis yang berganti-ganti sebagai bintang tamunya. Selain itu khusus ustadz Maulana, menurut Kelana terjadi inkonsistensi yang menunjukkan bahwa ia kurang memaknai dakwah yang disampaikan, misalnya Ustadz Maulana seringkali terlihat berusaha menghibur mad'u dengan menyampaikan beberapa kalimat gurauan namun diakhir ia mengajak mad'u untuk menaangis. Namun demikian, semua kembali dengan bagaimana sang da'i menggunakan metode ceramah yang digunakan bisa jadi dengan cara tersebut membuat sang da'i lebih membuat penonton tertarik.

Asep berpendapat bahwa *dakwahtainment* dengan metode ceramah bergantung pada siapa yang membawakan dan siapa yang menangkapnya. Misalnya program *Islam itu Indah* jika yang melihat orang akademis mereka memahami bahwa acara tersebut lebih banyak cerita di banding materinya.

Tazkiyyatul mengatakan bahwa program *Islam itu Indah* memiliki metode dakwah dengan ceramah yang unik, di dalam program tersebut memiliki icon nya sendiri. Yang mana orang akan lebih mengingat penceramahnya seperti Ustadz Maulana. Dilihat dari berjalannya acara, ada segmen dimana sang Ustadz memberi nasihat pada bintang tamu, bagian tersebut terlihat didramatisir seakan dibuat paksa.

Dini mengatakan bahwa Dalam program acara *Islam itu Indah* da'i menyampaikan dakwahnya dengan metode ceramah yang barengi adanya komunikasi langsung dengan mad'u sehingga apabila penonton belum paham tentang materi yang disampaikan bisa bertanya langsung dengan da'i.

Rofiudin mengatakan bahwa jika dilihat dari segi metode dakwah, program acara *Islam itu Indah* menggunakan metode ceramah seperti pada umumnya. Hanya saja ceramah yang dilakukan dicampuri dengan guyonan serta gerak-gerik tubuh yang unik sehingga dapat menarik penonton. Selain itu ceramah disetting dengan menghadirkan bintang tamu.

Sonakha berkata bahwa metode dakwah tayangan *Islam itu Indah* menggunakan *broadcasting publication* maka tidak terlepas dari kapitalisme media. Sehingga akan memunculkan income. Hal ini menjadi bahaya mengingat substansi dakwah yang harus disampaikan sebagai prioritas utama terhadap mad'u.

D. Pesan dakwah dalam program acara *Islam itu Indah* menurut anggota KPID Jawa Tengah

Budi mengatakan bahwa dilihat dari penyampaian sang da'i dalam program tersebut da'i terutama jika dilihat dari segi isi meskipun penonton butuh hiburan setidaknya penonton haruslah diberi isi ceramah dengan sumber data yang jelas jika ustadz yang menyampaikan Ustadz Maulana.

Kelana mengatakan bahwa materi yang disampaikan secara umum sudah mengajak pada kebaikan selagi itu tidak membahas perbedaan suku, agama, ras, dan antar golongan karena terdapat dalam BAB IV pasal 6 ayat 2 dimana program siaran dilarang merendahkan dan/atau melecehkan: a. Suku, agama, ras dan antargolongan; b. Individu atau kelompok karena perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, usia, budaya, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.

Asep mengatakan bahwa materi masih belum disampaikan dengan terperinci seperti dalam acara dakwah di pesantren. Tazkiyyatul juga mengatakan bahwa pesan yang disampaikan dalam program *Islam itu Indah* pesannya ringan. Ustadz sering memberikan

contoh dimana sering kita temui hal serupa dengan yang dicontohkan Ustadz. Ditegaskan dalam hal tersebut menyatakan bahwa segmentasi acara tersebut orang awam sehingga bahasanya ringan dan untuk orang akademik ataupun orang yang paham agama mungkin kurang menarik. Gerakan-gerakan yang dilakukan sang Ustadz begitu unik membuat yang menonton akan lebih fokus dengan gerak-gerik dan lawakannya. Dini mengatakan bahwa *Islam itu Indah* tidak bisa memberikan materi seperti pondok pesantren.

Rofiudin mengatakan bahwa sesuai segmentasi mereka menyampaikan pesan secara sederhana sehingga untuk orang awam paham. Berbeda dengan orang akademik yang paham agama, menurut saya belum begitu detail karena sumber dakwah belum spesifikasi seperti dakwahnya Ustadz Abdul Somad atau Ustadz Adi Hidayat.

Sonakha menyampaikan bahwa Ustadz dalam menyampaikan dakwah saat mengutip al-qur'an ataupun hadits dilafadzkan dengan intonasi yang kurang jelas atau terlalu cepat. Seyogyanya stasiun televisi dalam menghadirkan program acara keislaman memperhatikan da'i dalam hal komunikasi, informasi, edukasi (KIE). Selain itu latihan sebelum tampil dihadapan mad'u juga harus dipersiapkan sehingga materi yang berkualitas dari da'i akan menimbulkan efek behavioral dan menjadi contoh tauladan serta dapat menginspirasi masyarakat.

Berdasarkan persepsi anggota KPID Jawa Tengah penulis menganalisisnya sebagai berikut:

A. Analisis Program *Islam itu Indah* menurut anggota KPID Jawa Tengah

Program acara *Islam itu Indah* menurut anggota KPID Jawa Tengah sudah baik dari segi penayangannya program tersebut, secara kreatif menampilkan acara dakwah. Tazkiyyatul menyampaikan bahwa program *Islam itu Indah* merupakan salah satu program acara dakwah yang menarik untuk diikuti walaupun sudah banyak program acara seperti program tersebut, untuk pemirsa pastinya punya sesuatu yang berbeda yang membuat acara tersebut disukai.

Program acara *Islam itu Indah* disampaikan dalam bentuk syiar dalam waktu terbatas sehingga informasi yang tersampaikan tidak bisa sama dengan acara di pengajian yang dilakukan di pesantren atau masjid-masjid. Kalaupun dibuka sesi tanya jawab juga terbatas, audien yang bertanya pun ditentukan karena program acara yang di televisi biasanya dibuat settingan.

B. Analisis *Da'i* dalam program acara *Islam itu Indah* menurut anggota KPID Jawa Tengah

Da'i yang mengisi acara dakwahtainment terutama dalam program acara *Islam itu Indah* memiliki ciri khas, dari tutur katanya, gaya dalam menyampaikan dakwahnya hingga humor yang

disampaikan terhadap penonton. Akan tetapi materi dakwah tidak disampaikan dengan detail seperti penjelasan hadits yang tidak diungkapkan bagaimana asal usul hadits. Seperti yang dikatakan Budi bahwa Ustadz yang mengisi acara seperti Ustadz Maulana memiliki ciri khas, dari tutur katanya, gaya dalam menyampaikan dakwahnya hingga humor yang disampaikan terhadap penonton. Sedangkan Kelana berpendapat bahwa ustadz yang menyampaikan, sudah cukup baik karena mempunyai ciri khas tertentu yang menjadi daya tarik bagi mad'u. Ciri khas ini menjadi penting bagi da'i, karena jika da'i mudah diingat mad'u maka pesan yang disampaikan bisa mempunyai peluang yang lebih besar untuk diterima dan diingat oleh mad'u. Berbeda dengan Rofiudin mengatakan bahwa da'i yang sudah terkenal dengan slogannya seperti Ustadz Maulana menyampaikan dakwah dengan isi dakwah yang ringan, akan tetapi tidak menjelaskannya menggunakan data yang jelas apalagi sumber hadits. Alasannya karena segmentasi masyarakat yang masih awam.

Da'i dalam berdakwah di televisi sudah melakukan dakwahnya dengan baik hanya saja terbatas ruang dan waktu dimana ciri khas televisi bersifat sekilas dan satu arah. *Feedbacknya* tidak langsung, sehingga diutamakan oleh Tazkiyyatul bahwa da'i selebriti harus memiliki kapasitas ilmu tentang agama, serta paham metode dakwah. Artinya jika da'i tidak paham maka yang ada hanya penyesatan.

Da'i harus dapat memanfaatkan keberadaan *dakwahtainment* di televisi untuk menyebarkan agama Islam ke segala penjuru wilayah, akan tetapi da'i terbatas dengan P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) BAB IV pasal 6 ayat 2 dimana program siaran dilarang merendahkan dan/atau melecehkan: a. Suku, agama, ras dan antargolongan; b. Individu atau kelompok karena perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, usia, budaya, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.

C. Analisis Metode dakwah program acara *Islam itu Indah* menurut anggota KPID Jawa Tengah

Acara *dakwahtainment* di televisi program acara *Islam itu Indah* dengan metode ceramah menurut anggota KPID Jawa Tengah sudah bagus, akan tetapi lebih selektif dengan da'i nya. Karena suksesnya metode ceramah tergantung kepada siapa yang menyampaikan dan siapa yang menangkap. Intinya jika yang ceramah paham dengan isi ceramah, tahu siapa mad'unya maka dakwah berjalan dengan baik. Ustadz sering memberikan contoh dimana sering kita temui hal serupa dengan yang dicontohkan Ustadz. Ditegaskan dalam hal tersebut menyatakan bahwa segmentasi acara tersebut orang awam sehingga bahasanya ringan dan untuk orang akademik ataupun orang yang paham agama mungkin kurang menarik. Menurut penulis, yang utama jika kita ingin berdakwah harus paham betul apa yang akan diucapkan agar tidak timbul

multitafsir, apalagi berhubungan dengan pelafalan ayat al-qur'an. Jika salah panjang pendek dan pengucapan maka yang ada timbul beda arti.

D. Analisis Pesan dakwah dalam program acara *Islam itu Indah* menurut anggota KPID Jawa Tengah

Pesan dakwah dalam program acara *Islam itu Indah* menurut anggota KPID Jawa Tengah secara umum sudah baik karena mengajak kepada kebaikan, hanya saja materi yang disampaikan belum terperinci seperti dakwah yang ada di pesantren. Ini sesuai dengan segmentasi dimana segmentasi dari program acara tersebut menengah kebawah. Kelana mengatakan bahwa materi yang disampaikan secara umum sudah mengajak pada kebaikan selagi itu tidak membahas perbedaan suku, agama, ras, dan antar golongan karena terdapat dalam P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) BAB IV pasal 6 ayat 2 dimana program siaran dilarang merendahkan dan/atau melecehkan: a. Suku, agama, ras dan antargolongan; b. Individu atau kelompok karena perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, usia, budaya, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.

Dengan adanya aturan tersebut sudah jelas bahwa patokan pesan dakwah berdasarkan P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) belum pasal yang secara khusus menyebutkan bahwa pesan dakwah diatur secara terperinci. Selain itu

kurang memungkinkan jika hanya untuk Islam aturan dakwah dibuat dalam pasal dikarenakan Indonesia tidak hanya memiliki satu Agama, tapi masih ada agama lain yang berlaku. Kalaupun ada kemungkinan peraturan dibuat berlaku untuk agama yang ada di Indonesia secara umum.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah penulis angkat dalam skripsi ini, dan analisa yang penulis lakukan mengenai “ Persepsi Anggota KPID Jawa Tengah tentang *Dakwahtainment* di Televisi (Studi Program *Islam itu Indah* di Trans Tv)” sudah baik dilihat dari segmentasi penonton, tujuan mereka memberi informasi kepada masyarakat awam. Da’i dalam acara tersebut juga memiliki daya tarik tersendiri dimana ustadz memiliki gaya unik serta slogannya sendiri. Dibalik daya tariknya dalam meyampaikan dakwahnya masih belum menjelsakan asal usul hadits secara jelas. Pesan dakwah yang disampaikan juga sudah baik karena mengajak pada kebaikan selagi belum melanggar P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) BAB IV pasal 6 ayat 2 dimana program siaran dilarang merendahkan dan/atau melecehkan:a. Suku, agama, ras dan antargolongan; b. Individu atau kelompok karena perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, usia, budaya, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.

B. Saran

Setelah bertemu langsung dengan anggota KPID Jawa Tengah dan melakukan beberapa wawancara, ada beberapa saran yang penulis anggap penting adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk da'i selebriti untuk lebih jelas melakukan dakwahnya, jangan terlalu fokus dengan arahan tim produksi.
2. Saran untuk media Televisi lebih baik terus mencari terobosan baru dalam mengemas acara dakawahtainment yang ada di televisi.
3. Saran untuk mad'u untuk lebih kritis dengan tayangan yang ditonton, jika ada pelanggaran bisa diadukan langsung kepada KPI, untuk kontak aduan yang ada di Jawa Tengah dapat dikirimkan dengan nomor 081326026000. Dengan format sebutkan nama pengadu, jenis kelamin, umur, email, isi aduan/apresiasi, dan sebutkan dengan jenisnya aduan atau apresiasi.

C. Penutup

Syukur alhamdulillah ke hadirat Allah SWT ynag telah melimpahkan taufiq hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga dengan segala daya dan upaya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Meskipun penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun manusia tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan, untuk itu saran dan kritik yang membangun dari pembaca, sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amin, M. S. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aziz, M. A. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Prenada Media.
- Badjuri, A. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bungin, B. 2014. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana. Cetakan ke-7.
- Darwanto. 2011. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darwis, A. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Departemen Agama RI. *Alquran Tafsir Perkata Tajwid Kode Angka*. Tangerang: PT. Kalim.
- Ilahi,W. 2013. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ishaq, R. E. 2016. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Malang: Madani.
- Khatib, P. K. 2007. *Manajemen Dakwah Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Ling, J, dkk. 2012. *Psikologi kognitif*. Jakarta: Erlangga.
- Miles, M. B dan A. Michael Huberman. 2014. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press

- Moleong, L. J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2006. *Metodologi Penelitian Kulitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2012. *Ilmu komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2016. *Ilmu komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. 1991. *Metode Penelitian*. Jakarta: Balai Aksara`
- Rakhmat, J. 1985. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, J. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Saerozi. 2013. *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Ombak.
- Sofjan, D dan Mega Hidayati. 2013. *Agama & Televisi di Indonesia: Etika Seputar Dakwahtainment*. Globethics.net Sekretariat Internasional.
- Subagyo, J. 2011. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subagyo, J. 1991. *Metodologi Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Supena, I. 2013. *Filsafat Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Ombak.
- Suryabrata, S. 1998. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Walgito, B. 2002. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi.

KPI. 2015. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran*. Semarang: KPID Provinsi Jawa Tengah.

Jurnal

Ahmad, N. 2014. Keterbukaan Dakwahtainment Sebagai Media Dakwah. *At-Tabysir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2, (1), 18-34.

Alfandi, M. 2005. Format Program Dakwah Melalui Media Televisi. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 25 (1), 43-56.

Alfandi, M. 2007. Perkembangan Dakwah Islam Melalui Media Televisi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 27 (2), 221-236.

Hernawati, R, dkk. 2011. Televisi dalam Kehidupan Anak. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM: Sosial, Ekonomi, dan Humaniora*, 2, (1), 477-484.

Laili, F. 2013. Dilema Dakwahtainment. *At-Tabysir*, 1, (1), 127-144.

Saefulloh, A. 2009. Dakwahtainment: Komodifikasi Industri Media di Balik Ayat Tuhan. *Komunika*, 3, (2), 255-269.

Skripsi

Arifin, N. 2015. *Retorika Dakwah Ustadz Maulana dalam Acara "Islam Itu Indah" di Trans TV*. UIN Sunan Kalijaga

Mustaqim, N. 2011. *Persepsi Masyarakat Tentang Acara Infotainment Insert Di Trans TV (Studi Kasus Di Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak)*. Uin Walisongo Semarang.

Nadhifatun. 2011. *Persepsi Masyarakat tentang Siaran Dakwah Teletitilawah di TVRI (Studi kasus di Kelurahan Genuksari Kecamatan Genuk Kota Semarang)*. Uin Walisongo Semarang.

Internet

KPID Jateng. 2014. http://kpid.jatengprov.go.id/articles/kajian-isi-siaran/kajian-siaran-ramadhan?article_id=31 diakses pada 17 Januari 2017.

http://makassar.tribunnews.com/2013/11/08/dakhwahtainment-darituntunan-ke-sekadar-tontonan._ diakses pada tanggal 17 Mei 2017 pukul 06.00 7 WIB

<http://ugm.ac.id/id/berita/8306konten.dakwah.di.televisi.dikritisi>. Diakses pada tanggal 17 Mei 2017 pukul 07.42 WIB

<http://kpid.jatengprov.go.id/pages/tugas-pokok> diakses pada tanggal 6 Desember 2016 pukul 10.26 WIB

https://id.wikipedia.org/wiki/Komisi_Penyiaran_Indonesia diakses pada 6 desember 2016 pukul 10.30 WIB

<http://www.tvonenews.tv/program> diakses pada 18 September 2017 pukul 10.14 WIB

https://id.wikipedia.org/wiki/Komisi_Penyiaran_Indonesia diakses pada 16 desember 2017 pukul 10.30 WIB

WAWANCARA Dengan Anggota KPID

Pewawancara : Ana Widiyawati
Narasumber : Budi Setyo Purnomo, S.Sos. M. Ikom
Alamat : ---
No hp/telp : ---
Email : ---
Tanggal wawancara : 14 Desember 2017
Wawancara melalui pihak ketiga yakni asisten KPID

1. Bapak/Ibu pernah menonton program acara Islam itu Indah?
Jawab: *Iya, saya pernah menonton.*
2. Menurut Bapak/Ibu bagaimana *dakwahtainment* yang ada dalam program acara *Islam itu Indah*?
Jawab: *dakwahtainment di televisi sudah menjamur oleh sebab itu, menambah terobosan baru merupakan hal yang lebih baik apalagi untuk pengetahuan Islam. Salah satu program acara Islam itu Indah merupakan salah satu program dakwahtainment yang dapat menghibur serta memberi pengetahuan agama. Selain itu, kemasan dari program tersebut juga menarik perhatian penonton sehingga penonton tidak mudah bosan jika menontonnya.*
3. Menurut Bapak/Ibu bagaimana profil da'i dalam program acara Islam itu Indah?
Jawab: *Ustadz yang mengisi acara seperti Ustadz Maulana memiliki ciri khas, dari tutur katanya, gaya dalam*

Lampiran 1

menyampaikan dakwahnya hingga humor yang disampaikan terhadap penonton.

4. Menurut Bapak/Ibu bagaimana metode dakwah acara tersebut?

Jawab: Jika dilihat dari metodenya, dakwahtainment yang ada dalam program acara “Islam itu Indah” apalagi ketika yang menyampaikan ustadz Maulana sudah tepat karena sekarang pemirsa cenderung lebih butuh hiburan daripada isi yang disampaikan.

5. Menurut Bapak/Ibu bagaimana pesan yang disampaikan dalam program acara tersebut?

Jawab: Berhubungan dengan metode berhubungan juga dengan da'i dilihat dari penyampaian sang da'i dalam program tersebut da'i terutama jika dilihat dari segi isi meskipun penonton butuh hiburan setidaknya penonton haruslah diberi isi ceramah dengan sumber data yang jelas jika ustadz yang menyampaikan Ustadz Maulana.

Lampiran 1

WAWANCARA Dengan Anggota KPID

Pewawancara : Ana Widiyawati
Narasumber : Asep Cuwantoro, S.Pd.I., M.Pd.
Jabatan : Koordinator Bidang Penataan Infrastruktur Isi
Siaran KPID Provinsi Jawa Tengah
Alamat : -
No hp/telp : 085226424340
Email : -
Tanggal wawancara : 24 mei 2017
Tempat wawancara : Kantor KPID Provinsi Jawa Tengah

-
1. Apakah Bapak/Ibu pernah menonton acara ceramah seperti, Islam itu indah?

Jawab: *Pernah*

2. Menurut Bapak/Ibu bagaimana *dakwahtainment* yang ada dalam program acara *Islam itu Indah*?

Jawab: *program acara Islam itu Indah, merupakan salah satu program yang kreatif, karena audiens hadir diruangan dan juga melakukan tanya jawab sepuyar Islam melalui sambungan tel sell, hal tersebut merupakan oengembangan dari dakwah yang sesuai dengan zaman maupun era informasi saat ini, untuk mengisi ruang pengetahuan masyarakat awam mengenai keIslaman.*

3. Menurut Bapak/Ibu idealnya dakwah yang dapat diterapkan di televisi zaman sekarang seperti apa?

Lampiran 1

Jawab: *Idealnya baik dari sisi esensinya dapat maupun kemasannya juga enak. Persoalannya kan tidak mudah untuk memadukan esensi dakwahnya itu misalnya materi kemudian kualitas dakwahnya kemudian kreatifnya nah paket lengkap ini yang menurut saya agak susah untuk menyatukan evaluasi saya ya misalnya beberapa yang acara program religi yang bagus itu dari sisi esensinya kurang nah program yang sebenarnya esensinya bagus dari sisi peminatnya yang kurang.*

4. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi?
5. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi yang menggabungkan dakwah dengan hiburan (dakwahtainment)?

Jawab nomor 3&4 : *Sebenarnya bgini sudah ada upaya untuk memenuhi kewajiban program siaran religi dalam rangka memenuhi kebutuhan pendengar. Pendengar itu butuh program siaran religi nah persoalannya memang kali ini pada kreatifitas kemasan plus esensi ini yang kemudian perlu ada model atau kemasan baru karena dakwah di televisi itu kan tidak semata-mata harus dalam bentuk ceramah tapi misalnya bisa dibuat dalam bentuk feature bisa dibuat dalam bentuk kuis, sinetron talkshow apapunlah itu yang penting esensinya ada.*

6. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi yang menggabungkan bawah dengan hiburan yang menggunakan metode ceramah?

Lampiran 1

Jawab: *Ya tergantung siapa yang menangkap. Kalau cramah misalnya islam itu indah juga kalau kita menangkap tapi islam itu indah lebih banyak cerita begitu ya cuman dari sisi kedalaman materinya tidak seperti quraish shihab dalam menyampaikan satu tema atau topik.*

7. Menurut Bapak/Ibu apa yang perlu diawasi KPID tentang dakwahtainment di Televisi?

Jawab:

Da'i

8. Bagaimana menurut Bapak/Ibu profil da'i dalam program acara Islam itu Indah?

Jawab: *Ustadz Maulana yang ada di program acara Islam itu Indah sebenarnya sudah menyampaikan pesannya dengan baik karena sikapnya yang friendly akan tetapi ditekan pada materi masih belum disampaikan dengan terperinci seperti dalam acara dakwah di pesantren.*

9. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang kemunculan Da'i selebriti?

10. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang menjamurnya Da'i selebriti?

11. Menurut Bapak/Ibu bagaimana kriteria Da'i selebriti?

Jawab nomor 7, 8, & 9: *Ada dua trend menurut saya bisa jadi itu memang benar-benar untuk pengembangan dakwah atau memang itu hanya untuk tren-trenan. Misalnya ada audisi dai. Apakah audisi ini untuk mencari pendakwah yang benar-benar*

Lampiran 1

profesional atau hanya untuk memenuhi tren-trenan? Terkait dengan ustad yang ditelevisi. Saya juga terkadang tidak sependapatlabel ustad itu di obral begitu gampang, padahal kalau di dunia pesantren ustad kyai itukan sangat mahal karena yang menjuluki publik bukan lembaga bukan siapa pun begitu ya. Maka dari itu sebenarnya berat menyandang ustad misalnya ustad apa begitu di televisi sebenarnya saya terkadang mempertanyakan ini benar-benar untuk syiar islam atau untuk pekerjaan melalui ustad-ustad itu. (berarti pencitraan?) tidak begitu juga karena banyak juga yang betulan yang benar-benar ustad yang memang berdasaratau berawal basic dai misalnya karena dia sudah ustad beneran misalnya kayak aa gym, itu karena dia punya santri beneran, punya pondok beneran, tapi kita terkadang tidak habis pikirnya ada sosok anak muda dia tidak punya santri tidak punya lembaga dia ngajar pendidikannya mislanya pesantrennya tidak jelas tapi tiba-tiba di panggil ini ustad gaul misalnya. Itu yang kemudian menurut saya orang televisi harus mengevaluasi . Ustad di televisi harus lulusan pesantren? Tidak begitu juga, bisa dari perguruan tinggi misalnya uin begitu.atau dari perguruan tinggi mana begitu menurut saya tidak masalah selama dia bisa bertanggung jawabkan keilmuan dan pengakuan dari masyarakat. Yang perlu di tekankan adalah pengakuan dari masyarakat bahwa ustad itu bukan televisi yang memberikan bukan radio yang memberikan tetapi publik yang memberikan label ustad.

Lampiran 1

Pada prinsipnya, siapapun berhak menjadi da'i. Namun, mereka harus memahami agama secara mendalam. Jangan hanya memahami agama dari sisi luarnya saja. Kenapa harus paham agama secara mendalam? Karena ajaran-ajaran agama itu turun di ruang dan tempat yang tak bebas nilai. Ajaran agama turun berdasarkan situasi dan kondisi tertentu. Maka dalam turunnya Al-Qur'an selalu ada asbabun-nuzul. Untuk itulah, kita memahami al-qur'an juga harus menggunakan kajian asbabun nuzul hingga tafsir. Nah, untuk bisa memahami asbanun nuzul hingga tafsir itu hanya bisa dilakukan oleh orang yang paham agama. Jadi, kriteria da'i selebirit adalah mereka yang paham agama. Tidak hanya sekedar paham agama melalui kulitnya saja.

Mad'u

12. Dalam program dakwahtainment di televisi banyak yang menghadirkan mad'u yang berasal dari berbagai wilayah menurut Bapak/Ibu perlu atau tidak mad'u berbondong-bondong datang ke studio untuk menyaksikan secara langsung meskipun sebenarnya mereka datang menyaksikan televisi?

Jawab: Efektif juga, meskipun itu settingan saya tahu. Misalnya di islam itu indah kayak di mamah dan aa' beberp model acara dakwah di televisi atau diradio memang modelnya ya begitu nah menurut saya kedepan harus ada terobosan yang seperti apa begitu program dakwah yang memang benar-benar ini menghibur.

Lampiran 1

13. Menurut Bapak/Ibu kehadiran mad'u langsung ke studio dapat mendukung program dakwahtainment?

Jawab: *seperti yang sudah dijawab sebelumnya jika efektif artinya telah mendukung. (Berarti dakwah itu hiburan?) Boleh bisa jadi kenapa tidak? Fungsi televisi kan untuk menghibur, bagaimana kemudian nilai-nilai islam ini yang dianggap sakral kemudian kaku bisa diterima dengan santai boleh jadi disengaja ataupun tidak disengaja nah ini menurut saya penting juga peran media untuk menyampaikan ilmu agama dengan cara entertaint karena televisi bukan pesantren harus dibedakan televisi dengan sekolah.*

Materi dakwah

14. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan materi yang sering dibawakan oleh da'i selebriti dalam acara dakwahtainment? Sudah sesuai belum dengan problematika umat/ pemirsa televisi?

Jawab: *Dari sisi problematika mungkin mereka menyesuaikan Cuma saya lebih menyoroti pada rujukan. Misal rujukan dalam kitabapa kemudian kalau di quran tafsirnya tafsir siapa itu belum begitu detail dalam membahasnya menurut saya perlu ada rujukan mislanya kitab kuninglah karena terkadang mereka contoh “seperti yang terkandung dalam al-quransurat kesekian ayat sekian yang artinya “ nah itukan padahal legitimasi ustad kiyai bagaimana mereka bisa melafalkan ayat suci alquran hadist itu dengan fasih dan tau dia asbabun nuzulnya begitu tafsirnya minimal meskipun tidak secara detail secara umum*

Lampiran 1

tahu bahwa dia merujuk tasfsirnya tafsir siap begitu. Jangan hanya terjemah.

15. Menurut Bapak/Ibu materi yang seperti apa yang cocok untuk acara dakwahtainment?

Jawab: Yang menghibur orang kalau tidak menghibur siapa yang mau mendengarkan. Tujuan radio dan tv kan memberikan hiburan yang edukatif kalau program siaran agamanya sama seperti di majelis, dimimbar, dimushola siapa yang mau nonton? Siapa yang mau dengarv radio?

Harus ada pembaharuan jadi topiknya yang sama tapi kemasannya yang harus ada pembaharuan jadi jangan monoton misalnya hal-hal yang bisa membatalkan puasa. Jika dari perspektif agama seperti apa mungkin kontekstual hari ini apa saja. Kalau mengambil contoh ya dengan yang kekinian.

16. Menurut Bapak/Ibu bagaimana pesan yang disampaikan dalam program acara Islam itu Indah?

Jawab: materi masih belum disampaikan dengan terperinci seperti dalam acara dakwah di pesantren.

Metode Dakwah

17. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang metode ceramah dalam acara dakwahtainment?

Jawab: Tidak ada masalah boleh-boleh saja tapi jangan hanya dengan metode ceramah tapi kalau perlu di kombinasi dengan terobosan baru agar pemirsa tidak bosan.

Lampiran 1

18. Bagaimana menurut Bapak/Ibu metode dakwah dalam program acara *Islam itu Indah*?

Jawab: dakwahtainment dengan metode ceramah bergantung pada siapa yang membawakan dan siapa yang menangkapnya. Misalnya program Islam itu Indah jika yang melihat orang akademis mereka memahami bahwa acara tersebut lebih banyak cerita di banding materinya.

19. Menurut bapak/ibu jika dibuat persentase berapa persen unsur dakwah dan berapa persen unsur hiburan yang harus ditentukan oleh prosedur dan tim kreatif?

Jawab: 50-50

20. Mengapa Ketika ada aduan dan laporan yang dibuat oleh masyarakat dan petugas pemantau belum tentu dianggap pelanggaran?

Jawab: *Itu disebut dugaan. Kemudian ketika didiskusikan bersama komisioner baru di utuskan bahwa itu pelanggaran akan keluar sanksi kalau enggak ya kembali. Ketika sampai ke komisioner disebut pelanggaran karena mereka pemutus dan tugasnya juga memberikan sanksi regulator betul atau tidak menyalahi atau tidak itu ada di kita kita yang berhak memberikan sanksi.*

Lampiran 1

WAWANCARA Dengan Anggota KPID

Pewawancara : Ana Widiyawati
Narasumber : Setiawan Hendra Kelana, S.Kom
Alamat : ---
No hp/telp : ---
Email : ---
Tanggal wawancara : 14 Desember 2017
Wawancara melalui pihak ketiga yakni asisten KPID

1. Bapak/Ibu pernah menonton program acara Islam itu Indah?
Jawab: *pernah*
2. Menurut Bapak/Ibu bagaimana *dakwahtainment* yang ada dalam program acara *Islam itu Indah*?
Jawab: *program “Islam itu Indah” adalah program siaran dakwah yang berbentuk ceramah tetapi lebih banyak hiburannya. Ketika dakwah sudah masuk kedalam acara televisi maka dakwah yang disampaikan tidak akan luput dari hiburan, karena salah satu fungsi televisi yakni memberikan hiburan yang sehat. Selain itu, dakwah yang monoton misal dakwah satu arah dimana hanya terdapat da’i sendiri biasanya segmentasi penontonnya berbeda. Jadi ketika ada yang bilang dakwah di televisi mengkerdikan mungkin mereka belum paham dengan sasaran pihak produksi acara.*
3. Menurut Bapak/Ibu bagaimana profil da’i dalam program acara Islam itu Indah?

Lampiran 1

Jawab: *ustadz yang yang menyampaikan, sudah cukup baik karena mempunyai ciri khas tertentu yang menjadi daya tarik bagi mad'u. Ciri khas ini menjdai penting bagi da'i, karena jika da'i mudah diingat mad'u maka pesan yang disampaikan bisa mempunyai peluang yang lebih besar untuk diterima dan diingat oleh mad'u.*

4. Menurut Bapak/Ibu bagaimana metode dakwah acara tersebut?

Jawab: *Jika dilihat dari metodenya, dakwah yang disampaikan menggunakan metode ceramah seperti ceramah di majelis akbar akan tetapi acara tersebut disetting dengan memasukkan penonton serta artis yang berganti-ganti sebagai bintang tamunya. Selain itu khusus ustadz Maulana, menurut Kelana terjadi inkonsistensi yang menunjukkan bahwa ia kurang memaknai dakwah yang disampaikan, misalnya Ustadz Maulana seringkali terlihat berusaha menghibur mad'u dengan menyampaikan beberapa kalimat gurauan namun diakhir ia mengajak mad'u untuk menaangis. Namun demikian, semua kembali dengan bagaimana sang da'i menggunakan metode ceramah yang digunakan bisa jadi dengan cara tersebut membuat sang da'i lebih membuat penonton tertarik.*

5. Menurut Bapak/Ibu bagaimana pesan yang disampaikan dalam program acara tersebut?

Jawab: *Untuk materi yang disampaikan secara umum sudah mengajak pada kebaikan selagi itu tidak membahas perbedaan suku, agama, ras, dan antar golongan karena terdapat dalam*

Lampiran 1

BAB IV pasal 6 ayat 2 dimana program siaran dilarang merendahkan dan/atau melecehkan: a. Suku, agama, ras dan antargolongan; b. Individu atau kelompok karena perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, usia, budaya, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.

Lampiran 1

Wawancara Dengan Anggota KPID

Pewawancara : Ana Widiyawati
Narasumber : Tazkiyyatul Muthmainnah, SKM
Jabatan : Koordinator bidang Aduan dan Pengawasan
KPID Jawa Tengah
Alamat : -
No hp/telp : 08112969997
Email : tazkya.tm@gmail.com
Tanggal wawancara : 24 mei 2017
Tempat wawancara : Kantor KPID Provinsi Jawa Tengah

1. Apakah Bapak/Ibu pernah menonton acara ceramah seperti *Islam itu indah*?

Jawab: *Pernah, tapi tidak sering-sering sekali.*

2. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dakwahtainment yang ada dalam program acara Islam itu Indah?

Jawab: *Program “Islam itu Indah” merupakan salah satu program acara dakwah yang menarik untuk diikuti walaupun sudah banyak program acara seperti program tersebut, untuk pemirsa pastinya punya sesuatu yang berbeda yang membuat acara tersebut disukai.*

3. Menurut Bapak/Ibu idealnya dakwah yang dapat diterapkan di televisi zaman sekarang seperti apa?

Jawab: *Idealnya itu adalah konten tentang agama tapi kemasannya yang bisa diterima oleh masyarakat yang menghibur tapi tidak kebablasan.*

Lampiran 1

4. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi?
5. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi yang menggabungkan dakwah dengan hiburan (dakwahtainment)?

Jawab nomor 3&4 : *Bagus, tetapi perlu diingat kalau saya sendiri melihat ghirohnya cukup bagus tapi ada beberapa yang saya lihat agak kebablasan di konten di uu peyiaran itukan menyampaikan bahwa lembga penyiaran harus menjadi perekat masyarakat perekat sosial tapi ada beberapa yang justru dakwah itu mengangkat hal-hal yang sensitif yang khilafiyah itu tidak diperbolehkan karena kemarin kita juga melakukan teguran saya tidak menyebutkan acaranya. Membahas tentang perbedaan kelompok katakanlah misalnya fahtihah kepada yang sudah meninggal itu tidak sampai itukan tidak boleh disampaikan lewat frekuensi republik dan itu adalah hal yang khilafiyah yang merupakan perbedaan jadi dakwah itu kan harusnya menyejukkan tapi malah menimbulkan permasalahan itu yang tidak diperbolehkan artinya ada batasan-batasan tertentu dalam berdakwah lewat frekuensi baik radio dan televisi yaitu tidak boleh menyinggung hal-hal yang masih bersifat perbedaan.*

6. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi yang menggabungkan bawah dengan hiburan yang menggunakan metode ceramah?

Lampiran 1

Jawab: *Tidak masalah itu fine-fine saja asal memang penontonnya suka karena segmentasi beda ada yang menengah keatas menengah kebawah, ada yang orang tua. Ada yang anak muda yaitu tv harus pinter-pinter harus jeli sasaran.*

7. Menurut Bapak/Ibu apa yang perlu diawasi KPID tentang dakwahtainment di Televisi?

Jawab: *Konten (tidak boleh menyinggung hal-hal yang bersifat khilafiyah) tidak boleh just kelompok tertentu. Dakwah tidak boleh ditambahi iklan.atau keberpihakan kepada kelompok tertentu apalagi pilkada.*

Da'i

8. Bagaimana menurut Bapak/Ibu profil da'i dalam program acara Islam itu Indah?

Jawab: *Da'i selebriti harus memiliki kapasitas ilmu tentang agama, serta paham metode dakwah.*

9. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang kemunculan Da'i selebriti?

10. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang menjamurnya Da'i selebriti?

11. Menurut Bapak/Ibu bagaimana kriteria Da'i selebriti?

Jawab nomor 7, 8, & 9: *Tidak masalah asalkan mereka punya kapasitas punya keilmuan tentang agama saya pernah melihat seorang dai-daiyah di tv berdalil saja tidak pas makhrojul hurufnya tidak pas, tidak fasih itu tidak layak jadi untuk masuk kedalam tv apalagi di embel-embeli dai dia harus mempunyai*

Lampiran 1

kapasitas dan keilmuan agama yang memumpuni itu wajib syarat. Tahu metode dakwah. Dia tentu beda dengan sebritis yg lain. Dia harus menjaga image/marwah nya sebg seorang pendakwah dia harus berbeda dengan artis itu tuntutan makanya kemudian kalau seorang dai di tv ada kasus langsung hilang, karena ekspektasi masyarakat tinggi. Jadi saya keberatan ketika ada dai-diyah instan (mereka yang tidak memilikimkapasitas agama hanya hapal beberapa dalil kemudian, benar memang sampaikan walau satu ayah tapi kan itu bukan kapasitas mereka sebagai dai)misal kapsitas ebagai santri aja tidak pernah tiba-tiba sudah menjadi dai di tv. Sedih sya kalau liat seperti itu.

Mad'u

12. Dalam program dakwahtainment di televisi banyak yang menghadirkan mad'u yang berasal dari berbagai wilayah menurut Bapak/Ibu perlu atau tidak mad'u berbondong-bondong datang ke studio untuk menyaksikan secara langsung meskipun sebenarnya mereka datang menyaksikan televisi?

Jawab: Tidak masalah sejauh tidak merugikan masyarakat karena ini bagian dari program yang penting jangan sampai mereka merasa dirugikan. Aalagi kalau mereka jadi penonton aktif bukan settingan. Dan kira-kira bisa dikonsumsi masyarakat.

13. Menurut Bapak/Ibu kehadiran mad'u langsung ke studio dapat mendukung program dakwahtainment?

Jawab: Bisa. Kedatangannya. Ini tergantung pada produser dan tim kreatif makanya saya menekankan ini masalah pengawasan

Lampiran 1

ya, lembaga penyiaran harus punya sensor internal. Perlu dicatat itu. sensor internal itu bagaimana mereka punya kontrol terhadap program yang sedang berjalan karena setiap program itu harus patuh dengan p3sps. Nah sensor internal itu yang harus diterapkan. Saya contohkan pernah gak dengar kasus yang zaskia gotik? Itu kenapa sampai sejauh itu, itu karena sensor internal masih kurang, harusnya produsernya tim kreatifnya langsung negur tidak boleh. Awalnya kan masih tanggal berapa, sebelum bilang bebek nungging itu kan sudah melalui rentetan beberapa kejadian nah harusnya kalau dia benar-benar kontrol internalnya jalan-sensor internalnya jalan langsung di cut tapi terus dibiarkan begitu juga di dakwah tainment harus punya kontrol internal-sensor internal jadi ketika kemudian host atau pengisi acara siapapun itu ketika melebihi batas mereka harus di cut atau diarahkan termasuk tadi penonton itu sebenarnya datangnya penonton ke televisi itu bisa kita arahkan untuk membangkitkan gairah atau rasa semangat beragama dimasyarakat meskipun misalnya mereka Cuma mau nonton di tv orang kan niatnya beda-beda. Tapi bagaimana kita mengarahkan kita itu tidak bisa saklek tapi juga mrngkitui yang sekarang berkembang dimasyarakat tapi masih diawasi kontrol.

Materi dakwah

14. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan materi yang sering dibawakan oleh da'i selebriti dalam acara dakwahtainment? Sudah sesuai belum dengan problematika umat/ pemirsa televisi?

Lampiran 1

Jawab: *Dari segi materi mereka sudah berusaha menyesuaikan problematika, kita tidak bisa menyalahkan tapi kita juga harus memahami dimana penonton heterogen.*

15. Menurut Bapak/Ibu materi yang seperti apa yang cocok untuk acara dakwahtainment?

Jawab: *Materi yang cocok ditampilkan di televisi yaitu materi yang edukatif, harus ada pembaharuan dari segi kemasan meskipun dengan topik yang sama. Metode ceramah dalam dakwahtainment tidak harus ceramah karena beberapa pihak berharap untuk konten agama bisa didakwahkan melalui program yang berbeda seperti sinetron.*

16. Menurut Bapak/Ibu bagaimana pesan yang disampaikan dalam program *Islam itu Indah*?

Jawab: *Adapun pesan yang disampaikan dalam program “Islam itu Indah” pesannya ringan. Ustadz sering memberikan contoh dimana sering kita temui hal serupa dengan yang dicontohkan Ustadz. Ditegaskan dalam hal tersebut menyatakan bahwa segmentasi acara tersebut orang awam sehingga bahasanya ringan dan untuk orang akademik ataupun orang yang paham agama mungkin kurang menarik. Gerakan-gerakan yang dilakukan sang Ustadz begitu unik membuat yang menonton akan lebih fokus dengan gerak-gerik dan lawakannya.*

Metode Dakwah

17. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang metode ceramah dalam acara dakwahtainment?

Lampiran 1

Jawab: *Tidak harus ceramah, apalagi satu arah nanti masyarakat bosan itu harus dicari terobsan dan tidak hanya diceramah saya berharap untuk konten agama juga bisa didakwahkan lewat program yang lain misal sinetron tapi saya prihatin yangkatanya brjdul religi tapi malah jauh bhasanya saja mengerikan itu beberapa kali saya bikin rekomendasi ke kpi. Judul yang seperti itu provokatif kan tidak bagus jadi tidak hanya ceramah tapi bisa juga sinetron diselipkan disela-sela acara mislanya ada mutiara hadist.atau kata-kata yang tidak selalu hadist tapi kalimat yang bisa menggugah rasa religius seseorang itukan menurut saya masuk kedalam dakwahtainment tidak perlu ceramah bisa bentuk macam-macam insert-insert yang mungkin Cuma satu menit tapi isinya tentang dakwah itu bagus.*

18. Bagaimana menurut Bapak/Ibu metode ceramah dalam program acara *Islam itu Indah*?

Jawab: *Program Islam itu Indah memiliki metode dakwah dengan ceramah yang unik, di dalam program tersebut memiliki icon nya sendiri. Yang mana orang akan lebih mengingat penceramahnya seperti Ustadz Maulana. Dilihat dari berjalannya acara, ada segmen dimana sang Ustadz memberi nasihat pada bintang tamu, bagian tersebut terlihat didramatisir seakan dibuat paksa.*

19. Bagaimana menurut Bapak/Ibu dengan tampilan dakwahtainment di televisi?

Lampiran 1

Jawab: Masih perlu ditingkatkan mulai dr konetn kemudian pengisinya sebenarnya kan banyak seklai ulama-ulama yang kompeten. Kenap tidak coba diangkat di layar kaca. Itulah menurut saya kurangnya tv diindonesia kurang merangkul ulama yang berkapasitas adapun misalnya nanti kok terlalu kaku itu bisa kok.yang penting agama itu kan konten.

20. Menurut bapak/ibu jika dibuat persentase berapa persen unsur dakwah dan berapa persen unsur hiburan yang harus ditentukan oleh prosedur dan tim kreatif?

Jawab: Minimal 10% dari semua program. Misal 20 jam 2 jam agama, mau cermah ataupun itu. 90 konten 10 kemasannya. Lebih utama isi tapi bungkus tidak dilupakan. Maksimal 80-20. Kurang dari itu saya khawatirkan banyak hiburan.

Kenapa acara menggunakan dakwah acaranya pagi. Karena tv itu ada primetime itu daru jam 6-9 mlm. Tv masih pakai rating mereka cari jam yang acara banyak ditonton. Dakwah kan hanya agama islam untuk islam kalau masuk primetime ya buat islam. Kecuali bulan ramadhan. Itu karena industri susah untuk nembusnya makanya ketika kita minta untuk jam sgt. Dr kpid tdk boleh karena indinesia bermacam-macam agama.

21. Pernah tidak buat standarisasi di tv tentang dakwah?

Jawab: Kalau spesifikasi tidak bisa karena kita berhadapan dengan industri tetapi rambu-rambunya mereka tau dan itu sering kita sampaikan 1. Kpasitas. Harus tau tentang agama.tidak selalu lulusan dakwah kan bisa dakwah yang

Lampiran 1

penting memumpuni.lebih kepada yang nomatif.dr persentasi, konten, mengutamakan kondisi masyarakat indonesia yang beragam punya kelimuan yang menadlam sehingga mereka layakuntuk mendakwahkan.

Lampiran 1

Wawancara Dengan Anggota KPID

Pewawancara : Ana Widiyawati
Narasumber : Dini Inayati
Alamat :
No hp/telp : 081901737201
Email : dinie_inayati@yahoo.com
Tanggal wawancara : 24 Mei 2017
Tempat wawancara : kantor KPID Jawa Tengah

1. Apakah Bapak/Ibu pernah menonton acara ceramah seperti *Islam itu indah*?

Jawab: *Telah menonton acara dakwah.*

2. Menurut Bapak/Ibu bagaimana *dakwahtainment* yang ada dalam program acara *Islam itu Indah*?

Jawab: *Program Islam itu Indah dibuat dalam bentuk syiar kemudian memberikan pengetahuan yang terbatas, akan tetapi dengan cara tersebut sudah lebih baik.*

3. Menurut Bapak/Ibu idealnya dakwah yang dapat diterapkan di televisi zaman sekarang seperti apa?

Jawab: *Kalau ditelevisi itu tidak mendalam, jadi memang ada keterbatasan waktu dan lagi diselingi dengan iklan. Bukan memberikan ilmu pengetahuan yang mendalam.*

4. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi?

Lampiran 1

5. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi yang menggabungkan dakwah dengan hiburan (dakwahtainment)?

Jawab nomor 3&4 : *Positif saja, kalau di KPID salah satu yang didorong yakni konten agama nah biasanya penerjemahan konten agama oleh lembaga penyiaran itu slot acara yang hidup, program-program ceramah.*

6. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi yang menggabungkan bawah dengan hiburan yang menggunakan metode ceramah?

Jawab: *dari segi materi tidak bisa seperti di pondok pesantren. Seperti yang sudah di katakan itu dalam bentuk syiar kemudian memberikan ilmu pengetahuan terbatas . yakan? Tapi itu jauh lebih baik .*

7. Menurut Bapak/Ibu apa yang perlu diawasi KPID tentang dakwahtainment di Televisi?

Jawab: *Dakwah yang menyinggung masalah sara sehingga dapat mengganggu perdamaian.*

Da'i

8. Bagaimana menurut Bapak/Ibu profil da'i dalam program Islam itu Indah?

Jawab: *Dalam program tersebut da'i berusaha menyampaikan materinya dengan baik hanya saja lebih terlihat unik apalagi dengan salah satu da'i yakni Ustadz Maulana nyang memiliki slogan "jamaah oh jamaah". Slogannya yang khas membuat*

Lampiran 1

penonton tertarik menonton ditambah dengan tingkah unik sang da'i.

9. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang kemunculan Da'i selebriti?

Jawab: Itulah perkembangan khalayak masyarakat indonesia jadi, mereka punya selera kita tidak bisa menafikkan itu ya itu sah- sah saja mereka punya selera. Dan menurut saya itu lebih baik dari pada yang mereka idolakan itu tokoh –tokoh yang tidak berbasis agama kan?

10. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang menjamurnya Da'i selebriti?

Jawab: Banyak dai selebritis yang terkena kasus kemudian mengurangi rasa percaya terhadap khalayak, namun tidak satu dua kasus yang awalnya dia seorang dai menyampaikan ajaran islam diidolakan oleh masyarakat eh di lain waktu karena dia selebriti diberitakan oleh media bahwa sang dai melakukan perilaku yang menyimpang dari agama, tidak sesuai dari apa yang dia sampaikan.

11. Menurut Bapak/Ibu bagaimana kriteria Da'i selebriti?

Jawab: Saya bukan lulusan iain, tapi menurut saya dai itu menyampaikan. Dalam konteks islam menyampaikan ajaran islam pada masyarakat luas.

Mad'u

12. Dalam program dakwahtainment di televisi banyak yang menghadirkan mad'u yang berasal dari berbagai wilayah menurut

Lampiran 1

Bapak/Ibu perlu atau tidak mad'u berbondong-bondong datang ke studio untuk menyaksikan secara langsung meskipun sebenarnya mereka datang menyaksikan televisi?

Jawab: Dari tingkat efektifitasnya mungkin tidak terlalu tinggi. Tapi kalau menurut saya ada pengaruhnya. Ada mad'u mendukung acara lebih hidup. Dan akhirnya khalayak jadi ikutan menikmati acara tersebut kalau tidak menghadirkan audien itu memiliki kesan yang monoton terus contoh kasus juga kurang banyak. Kalau ada audien itu kan biasanya mereka bertanya dengan contoh kasus sehingga semakin memperkaya sih menurut saya dari segi positifnya.

13. Menurut Bapak/Ibu kehadiran mad'u langsung ke studio dapat mendukung program dakwahtainment?

Jawab: Kehadiran mad'u yang datang langsung membantu jalannya acara sehingga penonton dapat ikut merasakan bagaimana jika mereka menonton langsung di studio. Dengan adanya penonton di studio juga membuat acara berlangsung hidup tidak monoton meskipun biasanya disetting.

Materi dakwah

14. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan materi yang sering dibawakan oleh da'i selebriti dalam acara dakwahtainment?

Sudah sesuai belum dengan problematika umat/ pemirsa televisi?

Jawab: Ya sebagian kecil, kalau problematika umat kan banyak sekali jadi kalau di dakwahtainment itu ya menjawab sebagian kecil saja. Contohnya hal-hal yang kadang hanya sebagai sebuah

Lampiran 1

kepuasan spiritual bukan pada pemahaman agama yang lebih komprehensif. Hukum islam kan banyak? Nah kalau di televisi tidak banyak mengupas secara lengkap temanya juga tema ringan.

15. Menurut Bapak/Ibu materi yang seperti apa yang cocok untuk acara dakwahtainment?

Jawab: Materi yang cocok yakni materi yang sesuai dengan problematika khalayak terutama dari segi kemanusiaan. Jadi tidak fokus hanya dengan ibadah tetapi bagaimana seseorang memiliki hak dan kewajiban. Ada hak artinya ada kewajiban. Ketika kita memiliki hak kita juga harus tau hak kita membatasi hak orang lain atau sebaliknya.

16. Menurut Bapak/Ibu bagaimana pesan yang disampaikan dalam program acara *Islam itu Indah*?

Jawab: Islam itu Indah tidak bisa memberikan materi seperti pondok pesantren.

Metode Dakwah?

17. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang metode ceramah dalam acara dakwahtainment?

Jawab: Metode ceramahnya ada yang sudah baik, tapi ada pula yang belum sesuai dengan harapan saya. Metode ceramah harus dilakukan secara halus, tidak kasar. Harus ramah, jangan marah. Menyejukan bukan memanaskan.

18. Bagaimana menurut Bapak/Ibu metode dakwah dalam program acara *Islam itu Indah*?

Lampiran 1

Jawab: *Dalam program acara Islam itu Indah da'i menyampaikan dakwahnya dengan metode ceramah yang barengi adanya komunikasi langsung dengan mad'u sehingga apabila penonton belum paham tentang materi yang disampaikan bisa bertanya langsung dengan da'i.*

19. Bagaimana menurut Bapak/Ibu dengan tampilan dakwahtainment di televisi?

Jawab: *Terkadang masih terjebak pada kemasan, bukan ke substansi dakwah.*

20. Menurut bapak/ibu jika dibuat persentase berapa persen unsur dakwah dan berapa persen unsur hiburan yang harus ditentukan oleh prosedur dan tim kreatif?

Jawab: *Dakwahnya diperbanyak, hiburannya diperkecil. Kalau menurut saya: 10 persen hiburan, 90 persen dakwah. Tapi materi dakwahnya harus bisa menarik. Agar orang bisa menyaksikan acara dakwah ini. Saat ini unsur hiburannya masih terlalu menonjol. Sehingga orang menyaksikan acara dakwah termotivasi unsur hiburannya, bukan unsur materi dakwahnya.*

WAWANCARA Dengan Anggota KPID

Pewawancara : Ana Widiyawati
Narasumber : Muhammad Rofiuddin
Alamat : Tanjungsari Ngaliyan Semarang
No hp/telp : 081326280484
Email : rofiuddin1982@gmail.com
Tanggal wawancara : 7 Juni 2017
Wawancara melalui E-mail

1. Apakah Bapak/Ibu pernah menonton program acara Islam itu Indah?

Jawab: *Iya, saya pernah menonton. Tapi hanya sekilas-kilas saja. Misalnya pada saat sambil makan. Saya menonton tidak penuh selama acara itu, hanya sebentar-sebentar saja.*

2. Menurut Bapak/Ibu bagaimana *dakwahtainment* yang ada dalam program acara Islam itu Indah?

Jawab: *Program acara “Islam itu Indah” merupakan program acara dakwahtainment yang menampilkan da’i sebagai narasumber untuk melakukan ceramah tetapi diselingi dengan hiburan seperti salah satu yang dilakukan oleh Ustadz Maulana ketika berdakwah mencoba menghibur mad’unya dengan slogannya yang terkenal yakni “ jamaah oh jamaah, alhamdulillah”. Jika dilihat dari jalannya acara sebenarnya sudah baik, hanya saja untuk acara settingan dan dari segi pesan*

Lampiran 1

dakwah masih belum memenuhi problematika umat. Maksudnya dakwah tidak disampaikan secara detail hanya dalam bentuk cerita kemudian menyebutkan dalil tanpa penjelasan sumber dalil. Jika hadits tidak menyampaikan asal hadits shohih atau tidaknya.

3. Menurut Bapak/Ibu idealnya dakwah yang dapat diterapkan di televisi zaman sekarang seperti apa?

Jawab: Dakwah yang mencerahkan atau yang menyejukan. Media bisa menjadi alat informasi dan pendidikan, maka dakwahnya bisa dilakukan dengan cara-cara yang informatif dan edukatif.

4. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi?

Jawab: Kemunculan dakwah di televisi ya wajar-wajar saja. Sejak zaman dulu sudah muncul dakwah di lembaga penyiaran, baik di televisi maupun radio. Satu sisi televisi harus menyiarkan dakwah, disisi lain banyak pemirsa yang juga menyukai adanya dakwah.

5. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi yang menggabungkan dakwah dengan hiburan (dakwahtainment)?

Jawab: Kalau menurut saya, sejauh dilakukan secara wajar-wajar saja maka itu tidak masalah. Sebab, dakwah itu bisa dilakukan dengan berbagai cara. Ada yang dilakukan secara serius, ada yang sambil guyonan, ada juga yg dengan cara

Lampiran 1

menghibur. Yang terpenting materi dakwahnya bisa masuk ke umat. Seperti yang kita tahu, ada beberapa walisongo yang melakukan dakwah dengan cara hiburan. Melalui wayang, atau bahkan nyayian tembang yang menghibur. Tapi, didalamnya terselib nilai-nilai perjuangan, nilai-nilai ibadah dan lain-lain. jadi, dakwah dengan cara hiburan merupakan sesuatu yang biasa, namun harus yang sewajarnya, tidak berlebih-lebihan. Misalnya, hiburan yang mengesankan adanya kehidupan glamor. Padahal, dalam agama, glamor itu sesuatu yang tidak baik.

6. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan kemunculan dakwah di televisi yang menggabungkan bawah dengan hiburan yang menggunakan metode ceramah?

Jawab: Sekali lagi, itu tidak masalah, sejauh hiburannya tidak berlebihan. Banyak sekali hiburan yang sebenarnya didalamnya mengandung nilai-nilai kebaikan.

7. Menurut Bapak/Ibu apa yang perlu diawasi KPID tentang dakwahtainment di Televisi?

Jawab: Yang perlu diawasi adalah dakwah yang salah kaprah. Dakwah yang menyalahkan pemeluk agama lain. dakwah yang memvonis kelompok tertentu sebagai aliran sesat. Dakwah yang didalamnya ada kepentingan politik. Hal-hal seperti itu harus diawasi KPID. Sebab, soal sesat menyesatkan atau menyalahkan antar pemeluk agama maka akan bisa memicu konflik antar manusia. Padahal, agama itu tidak mengajarkan konflik tapi mengajarkan kasih sayang. Untuk itulah, ajaran agama harus

Lampiran 1

disebarkan melalui dakwah yang mencerahkan dan menyejukan. Bukan dengan cara mengumpat-umpat atau menyalah-nyalahkan orang lain.

Da'i

8. Bagaimana menurut Bapak/Ibu profil da'i dalam program acara Islam itu Indah?

Jawab: Dalam acara "Islam itu Indah" da'i yang sudah terkenal dengan slogannya seperti Ustadz Maulana menyampaikan dakwah dengan isi dakwah yang ringan, akan tetapi tidak menjelaskannya menggunakan data yang jelas apalagi sumber hadits. Alasannya karena segmentasi masyarakat yang masih awam.

9. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang kemunculan Da'i selebriti?

Jawab: Ini yang patut digarisbawahi. Sebab, seseorang bisa menjadi da'i harus bisa memahami secara mendalam tentang ilmu agama. Saya khawatir jika ada orang yang belum mendalam pemahaman agamanya, tapi sudah menjadi seorang da'i maka ini cukup mengkhawatirkan. Sebab, biasanya apa yang disampaikan da'i akan menjadi acuan bagi seseorang melakukan tindakan. Sementara tingkat pendidikan masyarakat kita masih agak rendah sehingga mereka cenderung mudah ikut arus. Untuk itulah, idealnya seseorang yang menjadi da'i tak hanya sekedar orang yang pandai "omong" tapi juga orang yang sudah mendalami agama. Sebenarnya, siapapun bisa menjadi da'i,

Lampiran 1

termasuk selebriti. Yang terpenting, mereka yang menjadi da'i itu orang yang sudah paham betul mengenai ilmu-ilmu agama.

10. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang menjamurnya Da'i selebriti?

Jawab: Lembaga penyiaran, termasuk stasiun televisi ingin membuat acara yang menarik. Satu sisi, televisi bisa menjadi alat dakwah, tapi mereka juga ingin mendapatkan keuntungan atas acara-acara yang mereka siarkan.

Di sisi lain, masyarakat kita juga butuh mengonsumsi informasi-informasi tentang agama. Nah, biasanya masyarakat kita itu masih menyukai kemasan. Tidak isinya. Da'i selebriti bagian dari acara dakwah yang menggunakan kemasan yang menarik. Misalnya, acara dakwah tapi melibatkan seorang artis. Jadi kemasan ini yang masih dilirik oleh pemirsa. Maklum, tingkat pendidikan masyarakat di Indonesia juga masih terbilang rendah. Pengetahuan masyarakat juga belum tinggi. Budaya membaca masyarakat Indonesia juga rendah. Jadi, menjamurnya da'i selebriti ini bagian dari acara dakwah yang dikemas agar menarik. Tujuannya, agar masyarakat tertarik. Kenapa tertarik? Karena masyarakat kita masih terjebak pada menyukai kemasan, tidak substansi.

11. Menurut Bapak/Ibu bagaimana kriteria Da'i selebriti?

Jawab: Pada prinsipnya, siapapun berhak menjadi da'i. Namun, mereka harus memahami agama secara mendalam. Jangan hanya memahami agama dari sisi luarnya saja. Kenapa harus

Lampiran 1

paham agama secara mendalam? Karena ajaran-ajaran agama itu turun di ruang dan tempat yang tak bebas nilai. Ajaran agama turun berdasarkan situasi dan kondisi tertentu. Maka dalam turunnya Al-Qur'an selalu ada asbabun-nuzul. Untuk itulah, kita memahami al-qur'an juga harus menggunakan kajian asbabun nuzul hingga tafsir. Nah, untuk bisa memahami asbanun nuzul hingga tafsir itu hanya bisa dilakukan oleh orang yang paham agama. Jadi, kriteria da'i selebirit adalah mereka yang paham agama. Tidak hanya sekedar paham agama melalui kulitnya saja.

Mad'u

12. Dalam program dakwahtainment di televisi banyak yang menghadirkan mad'u yang berasal dari berbagai wilayah menurut Bapak/Ibu perlu atau tidak mad'u berbondong-bondong datang ke studio untuk menyaksikan secara langsung meskipun sebenarnya mereka datang menyaksikan televisi?

Jawab: Peristiwa seperti itu hanya bagian dari kemasan saja. Didatangkan orang dari berbagai daerah agar acaranya bisa terlihat ramai. Jika sebuah acara ramai maka itu sudah menjadi salah satu unsur kemasan agar menarik. Di sisi lain, ada jamaah ibu-ibu yang mau datang jauh-jauh ke studio. Mungkin ada berbagai motivasi mulai dari ingin ketemu artis, ingin lihat studio, ingin lihat shooting acara dan lain-lain. jadi mereka ini sepertinya ingin hiburan atau bahkan wisata.

Lampiran 1

13. Menurut Bapak/Ibu kehadiran mad'u langsung ke studio dapat mendukung program dakwahtainment?

Jawab: *Secara substansi, saya memprediksi tidak bisa. Dukungan itu hanya bagian dari agar acaranya bisa menarik. Tapi secara substansi sebenarnya tidak menarik. Karena mereka cenderung menonjolkan keramaian. Bukan pada materi dakwahnya.*

Materi dakwah

14. Menurut Bapak/Ibu bagaimana dengan materi yang sering dibawakan oleh da'i selebriti dalam acara dakwahtainment? Sudah sesuai belum dengan problematika umat/ pemirsa televisi?

Jawab: *Ada yang sudah, tapi ada juga yang belum. Materinya kadang masih sebatas pada pentingnya ibadah kepada Tuhan. Belum banyak menyentuh pada problem-problem kemanusiaan, kemiskinan, dan lain-lain. padahal, yang dihadapi umat saat ini adalah kemanusiaan kemiskinan dan lain-lain.*

15. Menurut Bapak/Ibu materi yang seperti apa yang cocok untuk acara dakwahtainment?

Jawab: *Materinya adalah materi yang dekat dengan problem-problem keumatan. Agar materi dakwahnya bisa riil yang memang dihadapi masyarakat. Masyarakat tak hanya diajari pentingnya ibadah kepada Tuhan, tapi juga diajari pentingnya beribadah kepada sesama manusia dan alam semesta. Ini penting karena kebersamaan antar sesama manusia saat ini juga semakin terancam. Kelestarian alam semesta juga banyak yang sudah terancam. Untuk itulah dakwah tak hanya melulu soal*

Lampiran 1

pentingnya ibadah kepada Tuhan, tapi juga ibadah kepada sesama manusia dan alam semesta.

16. Menurut Bapak/Ibu bagaimana pesan yang disampaikan dalam program acara *Islam itu Indah*?

Jawab: Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, sesuai segmentasi mereka menyampaikan pesan secara sederhana sehingga untuk orang awam paham. Berbeda dengan orang akademik yang paham agama, menurut saya belum begitu detail karena sumber dakwah belum spesifikasi seperti dakwahnya Ustadz Abdul Somad atau Ustadz Adi Hidayat.

Metode Dakwah

17. Bagaimana menurut Bapak/Ibu tentang metode ceramah dalam acara dakwahtainment?

Jawab: Metode ceramahnya ada yang sudah baik, tapi ada pula yang belum sesuai dengan harapan saya. Metode ceramah harus dilakukan secara halus, tidak kasar. Harus ramah, jangan marah. Menyejukan bukan memanaskan.

18. Bagaimana menurut Bapak/Ibu metode dakwah dalam program acara *Islam itu Indah*?

Jawab: Jika dilihat dari segi metode dakwah, program acara Islam itu Indah menggunakan metode ceramah seperti pada umumnya. Hanya saja ceramah yang dilakukan dicampuri dengan guyonan serta gerak-gerik tubuh yang unik sehingga dapat menarik penonton. Selain itu ceramah disetting dengan menghadirkan bintang tamu.

Lampiran 1

19. Menurut bapak/ibu jika dibuat persentase berapa persen unsur dakwah dan berapa persen unsur hiburan yang harus ditentukan oleh prosedur dan tim kreatif?

Jawab: *Dakwahnya diperbanyak, hiburannya diperkecil. Kalau menurut saya: 10 persen hiburan, 90 persen dakwah. Tapi materi dakwahnya harus bisa menarik. Agar orang bisa menyaksikan acara dakwah ini. Saat ini unsur hiburannya masih terlalu menonjol. Sehingga orang menyaksikan acara dakwah termotivasi unsur hiburannya, bukan unsur materi dakwahnya.*

Lampiran 1

WAWANCARA Dengan Anggota KPID

Pewawancara : Ana Widiyawati
Narasumber : Sonakha Yuda Laksana, SE
Alamat : ---
No hp/telp : ---
Email : ---
Tanggal wawancara : 14 Desember 2017
Wawancara melalui pihak ketiga yakni asisten KPID

-
1. Bapak/Ibu pernah menonton program acara Islam itu Indah?
Jawab: *pernah*
 2. Menurut Bapak/Ibu bagaimana *dakwahtainment* yang ada dalam program acara *Islam itu Indah*?

Jawab: *Sukses atau tidaknya acara keislaman, tergantung pada pengemban dakwah/da'i, ustadz Maulana dalam berdakwah banyak mengumbar humo/candaan tawa daripada esensi/materi yang disampaikan sehingga substansi/isi dakwah menjadi berkirang. Alangkah dalam berdakwah ustadz mengingat tujuan awalnya yaitu untuk memberi ruang informasi dan mendidik khalayak untuk meningkatkan kualitas iman dan ketaqwaan sebagai seorang muslim.*

3. Menurut Bapak/Ibu bagaimana profil da'i dalam program acara Islam itu Indah?

Jawab: *Masih berhubungan dengan ustadz, ustadz yang menyampaikan dakwah terlalu mendramatisir jalannya dakwah*

Lampiran 1

sehingga dakwah terkesan berlebihan, apalagi di akhir acara bintang tamu biasanya dibuat menangis.

4. Menurut Bapak/Ibu bagaimana metode dakwah acara tersebut?

Jawab: Metode dakwah tayangan Islam itu Indah menggunakan broadcasting publication maka tidak terlepas dari kapitalisme media. Sehingga akan memunculkan income. Hal ini menjadi bahaya mengingat substansi dakwah yang harus disampaikan sebagai prioritas utama terhadap mad'u.

5. Menurut Bapak/Ibu bagaimana pesan yang disampaikan dalam program acara tersebut?

Jawab: Ustadz dalam menyampaikan dakwah saat mengutip al-qur'an ataupun hadits dilafadzkan dengan intonasi yang kurang jelas atau terlalu cepat. Seyogyanya stasiun televisi dalam menghadirkan program acara keislaman memperhatikan da'i dalam hal komunikasi, informasi, edukasi (KIE). Selain itu latihan sebelum tampil dihadapan mad'u juga harus dipersiapkan sehingga materi yang berkualitas dari da'i akan menimbulkan efek behavioral dan menjadi contoh tauladan serta dapat menginspirasi masyarakat.

WAWANCARA dengan Asisten Komisioner

Pewawancara : Ana Widiyawati
Narasumber : Qutfi Muarif
Jabatan : Asisten komisioner
Alamat : -
No hp/telp : 08995857884
Email : -
Tanggal wawancara : 17 Mei 2017
Tempat wawancara : *Via Whatsapp*

1. Tenaga ahli yang mengawasi tv dan radio ada berapa orang dan siapa?

Jawab: *ada dua mbk, Pudjo Rahayu, M.Si mantan komisioner periode sebelumnya dan M.Rikza Chamami, M.Si dosen tarbiyah.*

2. Apa beda pemantau dengan tenaga ahli? Dan ada berapa petugas pemantau?

Jawab: *tenaga ahli itu pakar yang dikontrak setahun. Tiap tahun personilnya bisa berubah. Mereka tugasnya mengkaji hasil pantauan teman-teman petugas pemantau.*

Pemantau hanya petugas khusus yang ditugaskan langsung memantau televisi dan radio dengan pegangan p3 dan sps. Apa yang dipantau oleh tim pemantau hasilnya sama dengan aduan yang dibuat oleh masyarakat. Hanya saja pemantau memang lebih banyak menghasilkan pelanggaran yang dilihatnya berbeda

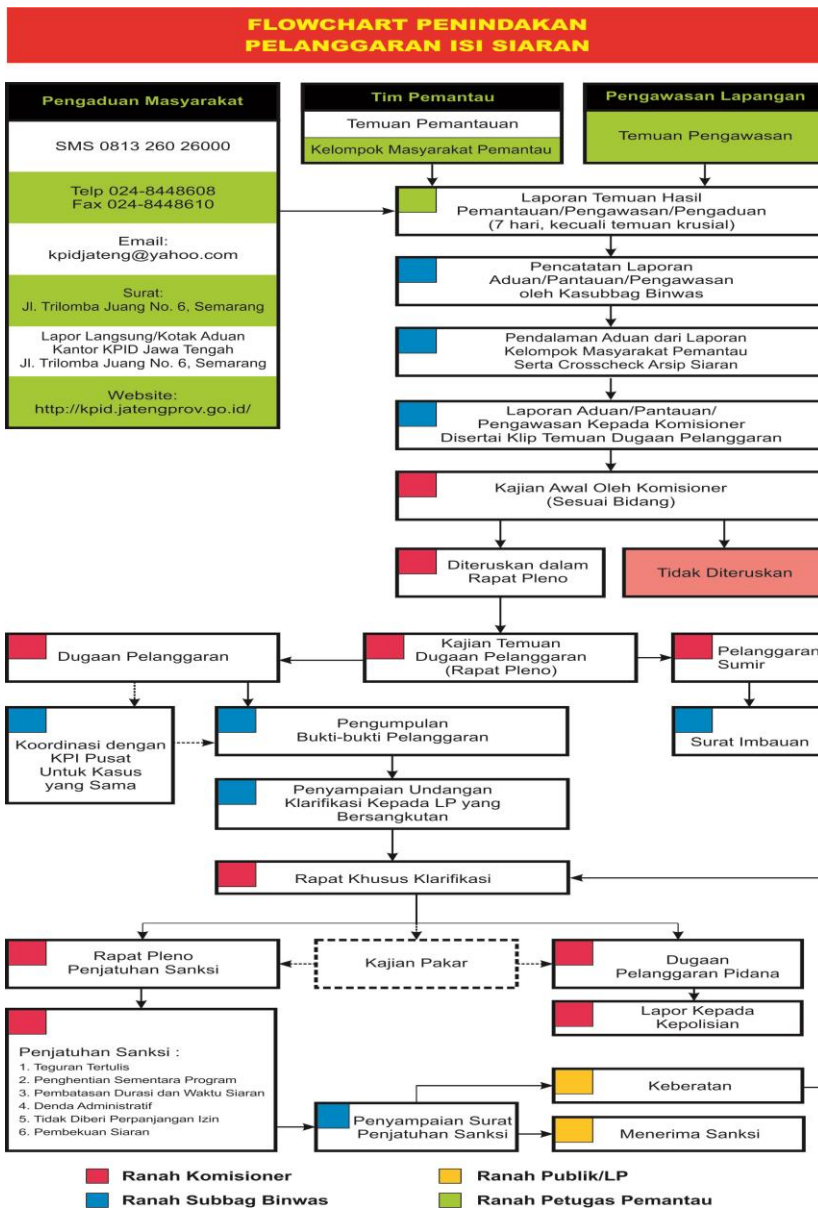
Lampiran 2

dengan masyarakat yang menonton saja. tim pemantau yang ada di KPID Jawa Tengah ada sebelas orang.

3. Tenaga ahli dan komisioner sama- sama mengkaji hasil laporan serta aduan dari masyarakat dan tim pemantau. Guna tenaga ahli apa? Kenapa harus ada tenaga ahli padahal sudah ada komisioner?

Jawab: Mereka memang sama-sama melakukan kajian. Bedanya tenaga ahli mengkaji dari sudut pandang ilmiah dan sosial dan tenaga ahli mengkaji sebelum kajian dilakukan oleh komisioner. Tugas tenaga ahli memberi rekomendasi dalam bentuk laporan. Setelah itu baru komisioner mengkaji dari segi kebijakan, dan sudut pandangnya hukum.

Lampiran 3



DOKUMENTASI

1. Wawancara dengan Komisioner (Asep Cuwantoro)



2. Wawancara dengan Komisioner (Tazkiyatul Mutmainah)



Lampiran 4

3. Wawancara dengan Komisioner (Dini Inayati)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ana Widiyawati
Tempat/Tanggal Lahir : Tegal, 4 Agustus 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl. Sosial RT/RW 012/004 Bandar Agung Lahat
Pendidikan : 1. SD Negeri 16 Lahat Lulus Tahun 2007
2. SMP Negeri 5 Lahat Lulus Tahun 2010
3. SMA Negeri 4 Lahat Lulus Tahun 2013
4. Masuk UIN Walisongo Semarang pada
Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan
Penyiaran Islam Tahun 2013

Demikian riwayat hidup penulis ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 25 Oktober 2017

Penulis,

Ana Widiyawati

NIM. 131211069